

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

*На правах рукописи*

**Малахова Наталия Николаевна**

**ИННОВАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР СИСТЕМНЫХ  
СОЦИАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ**

специальность 24.00.01 теория и история культуры

Диссертация на соискание ученой степени  
доктора философских наук

Научный консультант  
д.ф.н., профессор Паниотова Т.С.

Ростов-на-Дону - 2016

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b>	4
<b>ГЛАВА 1 Теоретико-методологические основы анализа инновационной культуры</b>	26
1.1 Культура как система: структура и функции	26
1.2 Инновация: генезис и содержание понятия	41
1.3 Инновационная культура – основные подходы к анализу феномена	54
1.4 Экономическое измерение инновационной культуры	74
<b>ГЛАВА 2 Социально-экономические и гуманитарные предпосылки формирования инновационной культуры</b>	87
2.1 Капиталистическое производство как фактор становления инновационной экономики	87
2.2 Наука и образование как источник и движущая сила инновационного развития	103
2.3 Искусство – генератор ценностных оснований инновационной культуры	123
<b>ГЛАВА 3 Личностное измерение инновационной культуры</b>	133
3.1 Понятие инновационная личность	133
3.2 Инновационная личность как производитель и потребитель	144
3.3 Инновационная личность как агент социальных изменений	155
<b>ГЛАВА 4 Институт образования – механизм воспроизводства инновационной культуры</b>	165
4.1 Роль и функции системы образования в процессе формирования инновационной личности	165
4.2 Начальное и среднее образование: от института трансляции к институту трансмутации	174
4.3 Университет как объект инновационных изменений	200
<b>ГЛАВА 5 Деятельностное основание инновационной культуры</b>	216
5.1 Инновационная деятельность – содержательные характеристики и особенности осуществления	216
5.2 Инновационная деятельность как фактор трансформации трудовых отношений	222
5.3 Творчество в процессах капитализации и технологизации	240
<b>ГЛАВА 6 Инновационность как константа современной культуры</b>	259

<b>6.1</b>	Материальное производство как сфера реализации инновационной культуры	259
<b>6.2</b>	Экономические интересы как фактор экстернализации науки	277
<b>6.3</b>	Искусство в процессах индустриализации и коммодификации.	299
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b>		308
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК</b>		317

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования.** Протекающие в современном мире процессы, основным из которых является глобализация, все ярче высвечивают его неоднородность. Всеохватность и некоторая синхронность глобализационных процессов только подчеркивают разную степень успешности становления единых универсальных структур, связей и отношений, формирования социальных институтов, соответствующих реалиям глобализирующегося мира, в разных странах. В качестве причины межстрановых различий в уровне развития, а также важнейшего фактора социальных изменений и социального прогресса, как отечественными, так и зарубежными исследователями, все в большей степени начинает осознаваться культура. Квинтэссенцией подобного подхода к культуре выступают идеи, изложенные в 2002г. в книге под редакцией Лоуренса Харрисона и Сэмюэла Хантингтона «Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу». Авторы статей – известные культурологи, экономисты, социологи и политологи, пытаясь найти ответ на вопрос, что такое культура, каким образом и до какой степени культурные факторы предопределяют экономическое, политическое и социальное развитие, приходят к выводу, что именно культура выступает важной детерминантой цивилизационного противостояния. В то же время, не довольствуясь констатацией факта зависимости успешности социальных преобразований, их направленности от тех или иных культурных особенностей, исследователи поднимают вопросы о возможности и необходимости трансформации самой культуры, в частности, с помощью политических или иных инструментов с целью «устранить преграды, возникающие на пути прогресса». При этом сами процессы преобразования культуры также получают оценку как прогрессивные или регрессивные<sup>1</sup>.

Осознание важности культуры как основного фактора, определяющего направление общественного развития, его скорость и успешность в очередной раз

---

<sup>1</sup>Харрисон Л. Способствуя прогрессивным преобразованиям в культуре// Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона. – М.: Московская школа политических исследований, 2002. – С.290

актуализирует разработку вопросов, связанных с осмыслением феномена культуры, ее функций, механизмов ее воспроизводства и развития в исторической ретроспективе и в современных условиях, возможностей соотнесения и взаимодействия различных типов культур, механизмов порождения новых форм культуры, в том числе и возможностей их целенаправленного формирования.

Все эти вопросы приобретают особую значимость в связи с появлением феномена инновационной культуры, выступающей, по мнению многих исследователей, одним из основных факторов развития инновационной экономики и становления, так называемого, инновационного общества. Впервые выделение инновационной культуры как комплексного социального феномена, от наличия и уровня развития которого зависит успешность инновационной деятельности, произошло в 1995 году в документе Европейской комиссии «Зеленая книга инноваций» (Green Paper on Innovation), посвященной сравнительному анализу качества и эффективности инновационной деятельности в странах Европы, Азии и США<sup>2</sup>. После этого не только сам феномен инновационной культуры стал предметом исследования для ученых из разных стран, но и уровень инновационной культуры в странах Европы превратился в один из критериев оценки перспектив их инновационного развития. Понимание важности формирования инновационной культуры в современном российском обществе нашло отражение в принятой в 1999г. в Ульяновске и Москве, Национальной хартии инновационной культуры. Под ней подписались не только работники науки, образования и культуры, но и представители органов управления, деловых кругов из различных регионов России. С этого времени реализация основных положений Хартии инновационной культуры становится важным направлением деятельности Института стратегических инноваций и Комитета по инновационной культуре Комиссии РФ по делам ЮНЕСКО. В 2001г. Российской академией государственной службы был организован форум «Инновационная культура на рубеже веков». Принимавшие в нем участие российские и зарубежные исследователи были единодушны во мнении, что

---

<sup>2</sup> Commission 1995. Green Paper on Innovation. COM (95) 688. – Brussels, 1995. – P.4

вопросы инновационной культуры теоретически актуальны, практически значимы, что обуславливает необходимость интенсификации их теоретической разработки и практической реализации. Сегодня наличие инновационной культуры рассматривается многими авторитетными исследователями в качестве главного условия успешности развития экономики и общества по инновационному пути. Так, по мнению директора Института Стратегических инноваций А.И. Николаева «Отсутствие инновационной культуры общества – одна из главных причин инновационной стагнации»<sup>3</sup>. Более того, исследование, проведенное Институтом стратегических инноваций, подтвердило, что инновационная культура уже воспринимается разными социальными группами как объективная реальность, влияющая на производственно-экономические показатели»<sup>4</sup>.

Осознание инновационной культуры в качестве решающего фактора, определяющего успешность инновационного развития экономики и общества в целом, порождает в сознании представителей и научного сообщества, и властных структур убежденность в необходимости ее целенаправленного формирования. Особенно настойчиво эти рекомендации транслируются в странах с низким уровнем инновационной активности. При этом инновационная культура рассматривается большинством исследователей в духе глобализационного универсализма, то есть как интернациональный и общечеловеческий феномен исключительно прогрессивного характера. Общий тренд исследований, касающихся вопросов формирования инновационной культуры, состоит в выделении ее нормативно-ценностного компонента и последующем сопоставлении ценностей национальной культуры с ценностями, следование которым определило успешность инновационной деятельности в странах с развитой инновационной экономикой. В случае их несовпадения делается вывод о необходимости трансформации локальных ценностей и приведении нормативно-

---

<sup>3</sup> Николаев А.И. Инновационное развитие личности и инновационная культура//Вопросы культурологии. –2006. – №3. – С.86-90

<sup>4</sup> Петров В.В. Инновационная культура в экономике знаний// Инновационная деятельность. –2009. –№3. –С.28-32. – С.32

ценностных установок данного народа в соответствии с требованиями инновационного развития и инновационной культуры как наиболее прогрессивной формы культуры. Между тем такой подход к пониманию инновационной культуры может породить новые межкультурные конфликты, связанные с процессами деформации национальной культуры и приведением ее к некоему единому интернациональному образцу, но уже в форме инновационной культуры.

Это актуализирует изучение истории, причин и условий возникновения феномена инновационной культуры с целью определения, является ли инновационная культура новым типом культуры или же современным вариантом одного из существующих типов культуры; представляет она собой форму общечеловеческой, глобальной культуры или же вариант региональной культуры, которой исследователи приписывают статус глобальной. Представляется необходимым также осуществить анализ ценностных оснований инновационной культуры, определяющих возможность перенесения ее норм и ценностей, как интернациональных регулятивов инновационной деятельности, на национальную почву без ущерба для национальной культуры.

Актуальность изучения инновационной культуры обусловлена и необходимостью анализа возможных последствий распространения ценностей инновационной культуры как регулятивов и стимулов инновационной деятельности. Постоянная и все время интенсифицирующаяся инновационная деятельность провоцирует в обществе такие же постоянные и все время ускоряющиеся перемены, одной из определяющих характеристик которых выступает «ненаправленность» (З.Бауман). Обеспечивая благоприятные условия для осуществления инновационной деятельности, стимулируя ее, инновационная культура служит детерминантой быстрых, все более масштабных и все менее предсказуемых изменений, затрагивающих не только экономическую сферу общественной жизни. Поскольку формирование инновационной культуры предполагает утверждение определенных ценностей, распространение норм, обеспечивающих позитивное отношение к инновационной деятельности и ее

результатам, а значит и позитивное отношение к изменениям, изменения затрагивают и саму сферу культуры.

Между тем направления изменений, отношение к ним людей, равно как и качество и темпы изменений, также определяются культурой, одной из функций которой выступает регулятивная функция. В связи с этим, актуальным становится изучение инновационной культуры как источника изменений, происходящих в обществе, анализ направленности и качества этих изменений, а также последствий воздействия инновационной культуры на личность и общество. Кроме того, культура выполняет две разнонаправленных функции – поддержание состояние стабильности, гомеостаза общества и его развитие и обновление. Стимулируя постоянные изменения, возводя их в норму, инновационная культура делает вторую функцию доминирующей, что чревато потерей стабильности, утратой целостности общества и разрушением самой культуры как хранилища исторического опыта.

Таким образом, необходимость формирования инновационной культуры порождает ряд вопросов и теоретического, и практического характера. Ее построение невозможно без знания структурных компонентов, механизмов распространения и функционирования, понимания ее места в общей системе регуляторов человеческого поведения, в том числе, и в инновационной сфере, последствий распространения ценностей инновационной культуры, в том числе, и для национальных культур. Поскольку инновационная культура рассматривается как основа инновационного развития современного общества, необходима оценка качества и направленности социальных изменений, выступающих следствием ее формирования и функционирования. Без подробного теоретического анализа рассмотренных вопросов заявления о формировании инновационной культуры превращаются в пустые декларативные призывы, а попытки ее формирования чреваты негативными последствиями для личности, для общества и для самой инновационной экономики, фактором развития которой выступает инновационная культура.

### **Степень разработанности проблемы**



Феномен инновационной культуры стал объектом исследования и предметом теоретического осмысления недавно, однако его анализу посвящено уже немало работ в основном отечественных авторов, принадлежащих к различным научным школам и направлениям. Несмотря на это, а, возможно, и благодаря этому, данная исследовательская область продолжает оставаться дискуссионной.

Прежде всего, не определено содержание концепта инновационная культура. Различные исследователи вкладывают в понятие «инновационная культура» разное содержание. Так, инновационная культура может использоваться для обозначения некоего типа, особой формы культуры, компоненты которой (нормы, ценности), способствуют производству, принятию и распространению новшеств во всех сферах жизнедеятельности человека. Эта позиция отражена в трудах Б.К. Лисина, О.Н. Зотиковой, А.В. Барышевой, А.И. Николаева, А.В. Черновой, К.Х. Делокарова, О.Н. Любиной, В.И. Джелали, Е.В. Красильниковой, В.И. Кулиниченко, В.В. Жабиной, М.М. Ищенко, А.А. Князева, Ж.Ю. Кузьминой, В.А. Лапшова, А.В. Мушич-Громыко, В.В. Петрова, С.В. Реттих, И.С. Селезнева, М.Д. Феоктистова, М.В. Шугурова, И.В. Цветковой.

Во-вторых, термин инновационная культура может употребляться для обозначения совокупности качеств и характеристик личности, определяющих ее позитивное отношение к новшествам. Этой позиции придерживаются Т.С. Бочкарева, Е.Я. Бурлина, К.В. Воденко, В.И. Долгова, О.А. Шумакова, Т.Б. Загоруля, Ю.А. Карпова, В.Н. Колесник, Е.И. Муратова.

В-третьих, понятие «инновационная культура» используется для характеристики совокупности качеств человека как субъекта непосредственно производственной, профессиональной деятельности, включающей сегодня в качестве необходимого элемента производство инновационных продуктов и технологий. В таком аспекте инновационную культуру рассматривают Н.М. Анисимов, Е.Д. Афанасьева, Л.Г. Борисова, Л.А. Боброва, С.Г. Григорьева, Л.Е. Елизарова, Г.А. Сафарова, Л.А. Холодкова, Д.Д. Жажева, Л.В. Климина, М.В. Коновалова, О.В. Кучергина, Л.И. Лазарева, И.Ф. Нестерова, И.Е. Панова, А.А.

Попов, В.Н. Ряпухина, Н.Н. Сабина, Э.Р. Скорнякова, Х.М. Солтамурадова, В.Н. Фокина, А.В. Эркенова.

В-четвертых, словосочетание «инновационная культура» употребляется для обозначения организационной культуры предприятия, как система распространенных в компании норм и ценностей, обеспечивающая высокий уровень восприятия, инициации и реализации инноваций. Этот подход отражен в трудах А. Н. Асаул, О.А. Ахалая, В.В. Буйко, А.Ф. Валеевой, А.А. Гречкина, Е.В. Задворной, В.В. Зубенко, К.М. Исакова, Ю.В. Качиной, Ю.В. Крыловой, Е.А. Ларичевой, М.С. Любецкого, Е.Н. Махова, М.А. Насекиной, Е.А. Малышкиной, Е.А. Прокофьевой, И.В. Роздольской, Л.Л. Тонышевой, Б.Г. Тукумцева, О.С. Фендич, Ю.С. Шипулиной, Е.В. Юмашева.

Необходимо отметить, что именно в этом значении термин инновационная культура используется в трудах зарубежных авторов: Ф. Хорайб, К. Томас, Д. Рао и Дж. Вейнтрауб, А. Г. Лэфли, Б. Коффман, П. Меррилл<sup>5</sup>, однако, зарубежные исследователи не затрагивают теоретических вопросов, а, как правило, ограничиваются перечислением основных характеристик понимаемой таким образом инновационной культуры и дают рекомендации по ее формированию.

И, наконец, термин «инновационная культура» может использоваться для обозначения определенного типа экономической или хозяйственной культуры, понимаемой как совокупность норм, ценностей, стратегий и моделей экономического поведения, обеспечивающих эффективное развитие инновационной экономики. Этому взгляда на феномен инновационной культуры придерживаются С.А. Меленькина, Е.А. Траутман, О.Ю. Ульянова, М.Е. Никифорова, Д.С. Вахрушев, О.Г. Тужикова

Таким образом, трактовка термина инновационная культура является на сегодняшний день чрезвычайно широкой: от «формы общечеловеческой

культуры, новой исторической реальности» (Б.К. Лисин), то есть феномена, относящегося ко всему обществу в целом, до «области духовной жизни человека, обеспечивающая восприимчивость им новых идей, его готовность и способность к поддержке и реализации новшеств во всех сферах жизни» (Л.А. Холодкова), то есть особенностей внутреннего мира отдельного человека.

В соответствии с широтой применения дефиниции, выделяются разные предметные области исследования феномена инновационной культуры. Психологи рассматривают инновационную культуру как сложное и многостороннее психологическое образование, в связи с чем акцент в их исследованиях делается на возможностях формирования системы потребностей и основанной на ней мотивации к инновационной деятельности и т.п., а также обращают внимание на ценностный компонент инновационной культуры (В. И. Долгова, О.А. Шумакова). Социологи делают акцент на социальной обусловленности появления феномена инновационной культуры, рассматривают ее как стратегический фактор социально-экономического и общественного развития, комплексный социальный феномен, фактор социальной самоорганизации общества (Ю.А. Карпова, Б.Г. Тукумцев, В.П. Выщенко, В.А. Лапшов и др.).

По проблематике инновационной культуры к настоящему времени защищены кандидатские и докторские диссертации. Анализ рассматриваемых в них вопросов показал, что в большинстве из них инновационная культура рассматривается как разновидность организационной культуры предприятия<sup>6</sup> и как качество человека как субъекта профессиональной деятельности.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> Буйко В.В. Инновационная культура в управлении промышленными предприятиями// диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Москва. 2004; Валеева А.Ф. Инновационная культура как фактор развития предпринимательской активности работников производства в условиях формирования рыночных отношений // диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Казань. 1993; Гречкин А.А. Развитие инновационной культуры промышленных организаций для их адаптации к рыночным условиям (на примере оборонных предприятий) //диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Москва, 2002; Качина Ю.В. Формирование и развитие инновационной организационной культуры промышленного предприятия//автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Воронежский государственный технический университет. Воронеж, 2004.

<sup>7</sup> Григорьева С.Г. Формирование инновационной культуры учителя начальных классов в процессе профессиональной подготовки//диссертация ... доктора педагогических наук : 13.00.08 / Московский государственный открытый педагогический университет. Москва, 2011; Елизарова Л.Е. Формирование

Рассмотрению отдельных аспектов инновационной культуры, в основном касающихся вопросов формирования инновационной культуры как качества будущих специалистов в процессе профессиональной подготовки, посвящены несколько монографий<sup>8</sup>, а также одно учебное пособие.<sup>9</sup>

Таким образом, можно отметить, что инновационная культура сегодня является объектом пристального внимания ученых, а ее исследования становятся важным направлением научного теоретизирования. Однако как показывает проведенный анализ источников по проблеме инновационной культуры, исследователям пока не удалось воссоздать целостную картину инновационной культуры как системного феномена. Причины, на наш взгляд, заключаются в отсутствии единого теоретико-методологического инструментария, как у российских, так и у зарубежных исследователей. Так, работы зарубежных исследователей, касающиеся рассмотрения инновационной культуры как формы организационной культуры, представляют собой бессистемные эмпирические описания желаемых характеристик инновационной культуры и не имеют серьезного теоретического фундамента. Собственно, задача теоретизирования и осмысления инновационной культуры как феномена современного общества не ставится в работах зарубежных исследователей в принципе, поскольку их исследования особенностей инновационной культуры преследуют своей целью изучение практических процессов формирования морально-психологического климата и организационных механизмов, стимулирующего инновационную деятельность. В то же время для отечественных исследований характерно достаточно вольное обращение с терминологией, например в трактовке терминов

---

инновационной культуры обучающихся военного ВУЗа // диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / Санкт-Петербург, 2004; Сафарова Г.А. Формирование инновационной культуры педагогов в системе повышения квалификации // диссертация ... кандидата педагогических наук : 13.00.08 / Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова. Карачаевск, 2013; Холодкова Л.А. Формирование инновационной культуры субъектов военного профессионального образования: теория и практика // диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук / Санкт-Петербург, 2005

<sup>8</sup> Инновационная культура бакалавров и магистров психолого-педагогического образования. Коллективная монография. С-Пб. Книжный дом. 2011. 225с.; Махов Е.Н. Инновационная культура в кадровой сфере. М. 2005. 2е издание уточн. и дополн.; Реттих С. В. Инновационная культура как социокультурный ресурс развития общества // Монография Барнаул. АНО ВПО «Алтайская академия экономики и права (ин-т)» 2009; Инновационная культура субъектов профессионального образования: теория и практика. Монография. – СПб.: ВАС, 2004.

<sup>9</sup> Анисимов Н.М. Инновационная культура учителя: учебное пособие. М. МАНПО. 1999. 278с.

культура и инновация, что не только провоцирует слишком расширительное толкование феномена инновационной культуры, но и затрудняет его адекватное осмысление.

Между тем, отсутствие четкого понимания того, что же представляет из себя инновационная культура, препятствует объективному изучению феномена инновационной культуры, механизмов и социокультурных эффектов инновационной деятельности и последствий ее воздействия на общество.

**Объектом исследования** выступает инновационная культура

**Предмет исследования** - инновационная культура как фактор социальных трансформаций.

**Цель диссертационного исследования** - проанализировав предпосылки формирования и специфику инновационной культуры, раскрыть системный характер производимых ею социальных трансформаций на современном этапе исторического развития.

Для достижения поставленной цели необходимо было решить следующие исследовательские **задачи**:

1. рассмотрев основные подходы к осмыслению сущности инновационной культуры, дать им оценку, а затем осуществить концептуализацию проблемы в русле проводимого исследования;
2. определить специфику инновационной культуры и ее структурных компонентов;
3. проследить предпосылки формирования инновационной культуры;
4. выделить и описать основные качества личности, как субъекта инновационной культуры;
5. выявить институты, обеспечивающие в современном обществе трансляцию и воспроизводство инновационной культуры, формирование инновационной личности и проанализировать особенности используемых для этой цели технологий;
6. определить вид деятельности, в котором получают актуализацию и реализацию качества человека как субъекта инновационной культуры;

7. продемонстрировать особенности реализации инновационной культуры в сфере материального производства;

8. выделить институты духовного производства, в которых в максимальной степени реализуется инновационная культура и проследить особенности функционирования этих институтов;

9. проанализировать влияние инновационной культуры на сферу художественного творчества.

В диссертационном исследовании выдвигается следующая **гипотеза**:

Инновационная культура, исторически возникнув как ответ на потребность в обслуживании экономики, обрела сегодня всеохватывающий характер, проявляющийся в системных социальных изменениях, охватывающих человека как субъекта культуры, способы его деятельности и результаты деятельности. Перманентность современного социокультурного кризиса позволяет предположить, что инновационная культура выступает фактором не только конструктивных, но и деструктивных социальных трансформаций. Поэтому повсеместное насаждение и распространение ее ценностей и целенаправленное формирование «инновационной личности», также как и стимулирование инновационной деятельности могут представлять опасность для стабильного функционирования социума и традиционной культуры.

**Теоретико-методологические основы исследования.** Инновационная культура является новым, сложным, многоаспектным социокультурным феноменом, имеющим ярко выраженную историческую и экономическую обусловленность, поэтому теоретическое осмысление ее сущности является достаточно сложной задачей. Многоуровневый характер исследуемого феномена потребовал применения междисциплинарных подходов, синтезирующих достижения социальной философии, истории, культурологии, психологии, экономики, исторической и культурной антропологии. В своем исследовании автор опирался на широкий круг источников из различных областей знания.

Теоретическую основу исследования составили идеи и концепции русских и зарубежных философов и культурологов, внесших существенный вклад в

разработку проблем теории и истории культуры (П.С. Гуревич, В.Е. Давидович, Г.В. Драч, Ю.А. Жданов, М.С. Каган, Э.С. Маркарян, В.М. Межуев, М.К. Петров, Е.Я. Режабек, В.С. Степин), инновации как социокультурного феномена (Ф. Валента, С.Ю. Глазьев П. Дракер, Ю. А. Карпова, Н.И. Лапин, Г. Менш, А.И. Пригожин, Б. Санто, Б. Твисс, П. Хебиг, Ю.В. Яковец и др.), экономической культуры (Е.Я. Брацлавская, К.Ф. Завершинский, Н.Н. Зарубина, Т.И. Заславская, В.Е. Каргаполов, В.К. Королев, В.А. Кузнецов, Я.И. Кузьминов, В.Л. Лютов, В.В. Радаев, Р.В. Рывкина, Г.Н. Соколова, Р.П. Трофимова, Е.И. Филонова и др.) Большое значение в общетеоретическом плане имеют исследования психологии инновационного поведения и творчества (Н.Б. Березанская, В.Н. Дружинин, Э.В. Галажинский, Е.П. Ильин, В.Е. Ключко, С.Р. Яголковский), экономической теории (А. Смит, К. Маркс, Й. Шумпетер, Д. Норт), социокультурных эффектов инновационной деятельности (В.А. Кутырев, О.М. Штомпель, А.Г. Щелкин).

Комплексность и многоаспектность культуры как феномена, и вытекающий отсюда интегративный характер культурологии, как знания, объединяющего результаты исследования культуры из многих областей науки, делает использование разнообразных методов и теоретических подходов в рамках исследования инновационной культуры объяснимым и оправданным. Автор считает необходимым конвергенцию ценностного и деятельностного подходов, синхронного и диахронного, логического и исторического, системно-дискриптивного и логики-компаративного методов, применения диалектической и герменевтической методологии.

Деятельностный подход позволяет рассмотреть инновационную культуру как результат общественного бытия человека, реализуемого в определенных исторических условиях, как целостную совокупность способов деятельности во всех сферах общественной жизни. В то же время применение метода структурного анализа в рамках деятельностного подхода обеспечивает системное синхронное рассмотрение инновационной культуры как особого духовно-практического феномена. Рассмотрение феномена инновационной культуры в соответствии с основными положениями ценностного подхода позволяет

выделить для анализа ценностно-нормативный компонент инновационной культуры, выступающий регулятивом инновационной деятельности, обеспечивающий принятие и распространение ее результатов и, тем самым определяющий направленность изменений, производимых инновационной культурой в процессе ее реализации в определенных формах в рамках современного общества. Применение исторического метода позволяет диахронно воссоздать причины и условия зарождения и распространения инновационной культуры как феномена современного общества в целом и продемонстрировать несостоятельность оценки инновационной культуры как общемирового, интернационального типа культуры. В то же время применение исторического метода совместно с методом компаративного анализа позволяет проследить качество и направленность изменений, происходящих в различных сферах общественной жизни под влиянием инновационной культуры, путем сравнения характеристик общественных феноменов до воздействия на них инновационной культуры и включения их в ее состав в качестве структурных элементов и после. Применение логического подхода позволяет рассмотреть как основные направления развертывания инновационной культуры как целостного феномена, так и составить прогнозы относительно дальнейших последствий распространения инновационной культуры для личности, для общества и для инновационной экономики, породившей феномен инновационной культуры.

**Научная новизна и теоретическая значимость диссертации** определяется тем, что в ней:

1. По результатам систематизации основных подходов к рассмотрению инновационной культуры в современном научном дискурсе, осуществлена концептуализация проблемы. Показана ограниченность существующих подходов, обусловленная пониманием культуры исключительно как совокупности нормативно-ценностных регулятивов. Обоснована необходимость изучения инновационной культуры как системного феномена на основе культурологической методологии, конвергенции аксиологического и деятельностного подходов.



2. При исследовании причин формирования инновационной культуры доказана обоснованность рассмотрения инновационной культуры как культуры современного западного общества, возникшей под воздействием институтов инновационной экономики; показан диалектический характер взаимосвязи экономики и культуры, проявляющийся в том, что сформировавшаяся под влиянием экономических интересов и призванная обеспечивать, прежде всего, бесперебойное функционирование экономики, инновационная культура распространяет сегодня свое влияние за пределы экономической сферы жизни общества, т.е. на образование, науку, искусство и др., включая изменение качеств человека, социальных отношений и среды обитания. Отмеченные изменения, в свою очередь, определяют изменения в способах осуществления экономической деятельности.

3. В процессе диахронного рассмотрения раскрыты и описаны социально-экономические и гуманитарные предпосылки формирования инновационной культуры. К ним относятся изменение условий и принципов функционирования капиталистического производства, повлекшее за собой изменение характера трудовой деятельности в процессах материального производства и личностных качеств участников этой деятельности, появление промышленной науки, рыночная ориентация образования и закрепление в общественном сознании ценностей новизны, творческого самовыражения, риска.

4. Продемонстрировано, что субъектом инновационной культуры и агентом социальных изменений выступает инновационная личность с культурными качествами производителя и потребителя инновационной продукции, позволяющими ей эффективно действовать в условиях инновационной экономики. Показана взаимосвязь выделенных качеств и проявлений инновационной личности как агента социальных изменений. Проанализированы последствия проявления качеств инновационной личности за пределами сферы экономических отношений – в социальной и духовной сферах.

5. В качестве основного института воспроизводства инновационной культуры выделен институт образования; выявлены функции, выполнение

которых способствует формированию инновационной личности; продемонстрированы существенные отличия используемых педагогических технологий от традиционных: ориентация на самостоятельное конструирование знания и стимулирование креативности и последствия применения этих технологий. Показаны и проанализированы последствия изменений модели, структуры, целей и ценностных установок университета как субъекта инновационной экономики: переход к модели инновационного и предпринимательского университетов, появление в структуре университетов отделов, обеспечивающих их рыночную ориентацию, изменение роли преподавателя, трансформация научно-исследовательского и образовательного направлений деятельности.

6. Определена специфическая разновидность деятельности, в которой реализуются качества инновационной личности и воспроизводство инновационной культуры – инновационная деятельность и дано ее авторское понимание. Инновационная деятельность – это включенный в организационные рамки производственных отношений, осуществляемый в процессе выполнения трудовых обязанностей особый вид творческой деятельности, результаты которого должны быть релевантны рыночным требованиям. Продemonстрированы экономические детерминанты ее возникновения, определена область ее осуществления (материальное производство) выделены ее составляющие – трудовые отношения и творчество, показано их соотношение и взаимовлияние, приводящее к трансформации содержательных характеристик каждой из них.

7. Установлены основные направления реализации инновационной культуры в сфере материального производства, как одного из факторов формирования предметной среды, такие как изменение механизмов взаимодействия спроса и предложения, ориентация на постоянные усовершенствования в ущерб производству принципиально нового продукта, широкое использование маркетинговых технологий системного воздействия на сознание потребителей; высокая степень нестабильности экономической

конъюнктуры и всей социально-экономической системы. Показаны последствия этого процесса для личности и для общества, состоящие в дестабилизации социальных отношений, дисгармонизации социальной реальности и деградации личности.

8. В качестве института духовного производства, в котором в максимальной степени реализуется инновационная культура, определен институт науки. Продемонстрирована связь процессов трансформации научных институтов, усиления тенденции их экстернализации и коммодификации с их деятельностью в качестве важнейшего субъекта инновационной экономики. Проанализированы последствия включения научных институтов в рыночные отношения в масштабах глобального рынка, их подчинение интересам ТНК и показаны последствия этих изменений для инновационной экономики.

9. Продемонстрирована конгруэнтность ценностных оснований и принципов функционирования инновационной культуры и искусства эпохи романтизма, модернизма и постмодернизма. Показано, что соответствие установок постмодернизма и инновационной экономики обеспечило конвергенцию искусства и бизнеса и образование гибридных форм, таких как креативные индустрии. Проанализированы особенности функционирования искусства как одного из факторов формирования социальной среды, освоение которой обеспечивает воспроизводство инновационной культуры.

#### **Тезисы, выносимые на защиту:**

1. Концепт инновационной культуры при всей частоте его употребления представителями различных областей гуманитарного знания, не получил адекватной теоретической разработки в культурологии. Разнообразие существующих в научном дискурсе подходов и доминирование позитивных оценок обусловлено не только сложностью самого явления, но и нерешенностью методологических вопросов. С позиции культурологического исследования методологически правильным является анализ инновационной культуры на основе конвергенции деятельностного и аксиологического подходов, который позволяет уйти от ее рассмотрения как совокупности ценностей и норм и

представить в виде системы личностных качеств человека; видов и способов деятельности, где эти качества проявляются в социально-одобряемых формах; результатов этой деятельности, а также институтов, обеспечивающих трансляцию и воспроизводство культуры.

2. Временные параметры появления инновационной культуры и актуализации ее исследований демонстрируют четкую обусловленность данного феномена особенностями развития глобальной экономики во второй половине XX века, когда в условиях системного кризиса использование инноваций становится для предприятий одним из основных способов ведения конкурентной борьбы и сохранения своего места на рынке. В это же время в науке появляются основные термины, описывающие различные аспекты функционирования инновационной экономики: инновационная личность, инновационная деятельность, инновационная политика, инновационная среда и т.п. В череде этих терминов, инновационная культура представляет собой интегральное понятие для обозначения фактора формирования социокультурной среды, обеспечивающей благоприятные условия для функционирования инновационной экономики. Таким образом, инновационная культура – это разновидность культуры современного западного общества, сформировавшаяся во второй половине XXв. в связи с развитием инновационной экономики и потребностью ее институтов в социокультурных условиях, способствующих эффективному функционированию этих институтов. Все структурные компоненты инновационной культуры экономически ориентированы, а их диалектическая взаимосвязь должна обеспечивать эффективное развитие инновационной экономики.

3. Предпосылки формирования инновационной культуры вызревали в поле западной культуры, начиная с появления в общественном сознании в XII в. идеи человека-творца, в своей трудовой деятельности создающего нечто новое. Однако они носили разрозненный и не всегда связанный с экономической сферой характер, проявляясь и в сфере науки и образования, и в сфере искусства, а некоторые особенности, которые позже легли в основу инновационной культуры, получали в обществе негативную оценку. Сложившиеся ко второй половине XXв.

социально-экономические условия, такие как кризис перепроизводства в масштабах глобальной экономики, привели к институционализации деятельности по производству инноваций как ведущего фактора экономического развития, в результате чего инновационная культура из многообразия ценностей, определяющих отношение человека к миру, принципов и механизмов деятельности социальных институтов, аккумулировала те из них, которые соответствовали новым экономическим реалиям и легитимизировала их в общественном сознании, репрезентировав через систему экономических отношений и ценностей.

4. Субъектом инновационной культуры выступает личность, которая также может быть названа инновационной. К чертам инновационной личности, релевантным современным экономическим условиям, относятся потребность в новизне, способность к творческой деятельности, восприятие риска как ценности, повышенный уровень эмоциональности, с присущими ей проявлениями, такими как впечатлительность, чувствительность и импульсивность, высокий уровень адаптационных способностей к постоянным изменениям. Совокупность этих качеств и их проявлений в деятельности носит системный характер, так как удовлетворение потребности в новизне стимулирует рискованные формы поведения, создание нового – провоцирует изменения, постоянные изменения препятствуют использованию рациональных механизмов принятия решений и актуализируют эмоциональные механизмы. Выступая в качестве агента социальных изменений, инновационная личность с одной стороны формирует социальную среду, обеспечивающую возможность реализации этих качеств (нестабильная среда благоприятствует креативности), а с другой стороны увеличивает количество рисков в современном обществе, неопределенность, непрогнозируемость последствий, что ведет к дестабилизации социальных отношений, потере контроля над социальными процессами, и саморазрушению социума. Последствиями целенаправленного стимулирования или формирования качеств инновационной личности становятся, таким образом, изменения не только характеристик самого человека, но и характеристик общественных отношений,

которые становятся более неустойчивыми, неопределенными, рискованными и некомфортными для самого человека.

5. Институт образования формирует инновационную личность, выполняя традиционные для себя функции воспроизводства рабочей силы, формирования иерархии потребностей и социализации личности. Однако необходимость развития специфических качеств инновационной личности приводит к изменению традиционалистской парадигмы образования на гуманистическую, делает приоритетной развивающую функцию перед информативной, интенсифицирует использование дидактических приемов, способствующих раскрытию индивидуального творческого потенциала и актуализирует разработку способов организации образовательной среды, стимулирующей творческую активность. В результате институт образования, где ранее доминировала функция трансляции, превращается в институт трансмутации культурных элементов. Подчиненность образовательных институтов экономическим интересам опосредованно включает их в систему экономических отношений, что приводит к коммодификации образования, наиболее ярко проявляющейся в деятельности университетов как институтов производства нового знания и активных игроков на рынке инновационных технологий. Последствием этих изменений становится ухудшение качества образования и утрата содержательными аспектами образования своего значения в качестве инновационного ресурса.

6. Инновационная культура реализует себя в инновационной деятельности. Необходимость осуществления инновационной деятельности и привносимое ею доминирование творческого компонента изменяет содержательные характеристики и способы организации и труда и творчества. В социально-трудовых отношениях происходит утилизации творческого потенциала человека через его подчинение капиталу, создаются новые формы занятости, позволяющие работодателю максимально использовать творческий потенциал работника при минимуме социальных гарантий. Инновационная деятельность превращает институт производства в институт трансмутации: с одной стороны,

как институт, стимулирующие творчество (работников), а с другой стороны, транслирующий новое знание и тиражирующий его в инновационной продукции и технологиях. Однако из-за подчинения творчества интересам производства, отношение к нему вульгаризируется, становится прагматичным и утилитарным, творческие способности теряют статус исключительности и позиционируются как массовое явление, творческие процессы технологизируются, в них проникают принципы рационализации, систематизации, калькулируемости эффективности.

7. Изменения, вносимые инновационной культурой в сферу материального производства, приводят к тому, что инновационная экономика все более отрывается от функции удовлетворения насущных потребностей человека, в процессе его взаимодействия с природной средой. Искусственно формируя, путем манипулирования сознанием потребителя спрос на уже произведенные под влиянием конкуренции товары, она создает собственную, оторванную от природного мира реальность, функционирующую по своим законам, провоцируя волны перепотребления. Освоение формируемой материальным производством окружающей человека предметной среды влечет за собой изменение человеческих качеств и системы социальных отношений по следующим направлениям: удовлетворение потребности раньше ее актуализации приводит к отсутствию у человека необходимости в саморазвитии, массовой актуализации «нормальных психических расстройств», личностной деградации; удовлетворение постоянно и целенаправленно актуализируемой потребности в новизне, осуществляется в процессе потребления новых товаров и закрепляется за ним; в сфере потребления реализуется и потребность в самовыражении и самоутверждении; принцип краткосрочности актуальности переносится на систему социальных институтов и отношений, разрушая их. Отмеченные изменения антипрогрессивны, поскольку замыкают производство на усовершенствовании уже существующего в ущерб производству принципиально нового, чем провоцируют стагнацию. Перенос функции самовыражения и самоактуализации из процессов производства в процессы потребления, равно как и удовлетворение потребности в новизне в потреблении лишает инновационную

экономику потенциальных производителей.

8. Основным институтом духовного производства, в котором в максимальной степени реализует себя инновационная культура, является наука, занимающая, благодаря развитию инновационной экономики, двойственное положение, являясь одновременно важнейшим элементом и духовного и материального производства. Деятельность научных институтов в качестве важного субъекта инновационной экономики усиливают тенденцию к экстернализации науки, где факторами, определяющими направления ее развития, становятся интересы бизнеса. Это приводит к изменениям в структуре научного знания, в целях, мотивах и ценностной ориентации деятельности ученых, меняет ее направление в соответствии с пожеланиями заказчика, оплачивающими исследования. Производство нового знания становится поточным, а процесс получения знания механизмуется. Таким образом, наука приобретает характеристики промышленного производства. Однако отмеченные изменения ограничивают свободу научного поиска, препятствуют свободному распространению и обмену результатами исследований, способствуют усилению узкой специализации ученого. Все это имеет негативные последствия не только для инновационной экономики, но и для всего общества в целом.

9. В сфере искусства наблюдаются процессы аналогичные процессам, происходящим в сфере науки. Творчество полностью подчиняется экономическим интересам, следствием чего становится коммодификация искусства. Взаимопроникновение искусства и бизнеса ведет к появлению гибридных форм, таких как креативные индустрии, постмодернистский менеджмент, курсы «бизнес-этики постмодерна», концепция жизненного стиля представителей среднего класса. Однако если проникновение ценностей искусства оказывает на бизнес стимулирующее воздействие, позволяет открывать новые сферы экономической деятельности, новые модели организации бизнеса, то есть имеет позитивные последствия, то проникновение ценностей инновационной культуры в сферу художественного творчества, делает его все более утилитарным, подчиняет свободу творческого самовыражения требованиям



рынка, увеличивает уровень дилетантизма, делает язык искусства либо слишком упрощенным, либо все более сложным и все менее понятным для восприятия, и, таким образом, оказывает негативное воздействие на искусство.

**Апробация результатов исследования.** Диссертационное исследование обсуждалось на заседании кафедры теории культуры, этики и эстетики Института философии и социально-политических наук ЮФУ. Основные идеи диссертации нашли свое отражение в монографиях автора, в статьях, опубликованных в журналах ВАК, а также в учебном пособии «Инновации в туризме и сервисе», Основное содержание диссертации отражено в 53 публикациях, общим объемом 42 печатных листа.

Положения и выводы диссертационного исследования докладывались и обсуждались на Международных и российских конгрессах, международных и всероссийских научных конференциях.

**Научно - практическая значимость работы.** Положения и выводы диссертации имеют значение для научной разработки различных проблем социально-гуманитарного знания. Эти материалы могут быть востребованы в качестве элемента экспертных оценок уровня и эффективности инновационного развития российской экономики и общества. Содержащийся в диссертации материал, отдельные положения и выводы могут быть использованы при подготовке лекционных курсов по истории и теории культуры, спецкурсов и семинаров по проблемам инноваций, инновационного развития, истории западной культуры XX-XXI вв. Поскольку исследование имеет междисциплинарный характер, оно может также представлять научный и практический интерес для психологов, социальных философов, экономистов.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, шести глав, включающих 19 параграфов, заключения и библиографии (458 наименования, в том числе 39 источников на иностранных языках).

# ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ АНАЛИЗА ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

## 1.1 Культура как система: структура и функции

Конкретизация термина «инновационная культура», позволяющая очертить предметное и смысловое поле для определения ее сущности, выделения ее структурных компонентов, требует, прежде всего, рассмотрения составных частей этого понятия, а именно, конкретизации определений «культура» и «инновационная». Процесс уточнения смысла этих понятий сопровождается определенными трудностями. Так, термин культура, несмотря на его популярность и широкое использование общественными науками в течение уже длительного промежутка времени, по-прежнему отличается многоаспектностью и неоднозначностью. Широко известен тот факт, что по подсчетам американских культурных антропологов А. Кребера и К. Клакхона с 1871 по 1919 гг. в рамках различных наук было дано семь определений культуры, первое из которых принадлежит английскому этнографу Э. Тайлору. С 1920 по 1950 гг. их число возросло до 157, к 1952 г. А. Кребер и К. Клакхон, насчитали уже 164 определения, в 1968 году в работе «Социодинамика культуры» А. Моль называет цифру 250, а на философском конгрессе в 1983 году было предложено около 500 определений культуры. Попытки систематизации этого более чем значительного числа определений, хотя и позволяют сделать понятие «культура» в логическом отношении более специализированным, но лишь незначительно сужают его.

Так, систематизация определений культуры, проведенная американскими культурологами А. Кребером и К. Клакхоном в книге «Культура: критический обзор понятий и определений», вышедшей в 1952 году, позволила им выделить пять основных групп определений:

- культура как особая сфера деятельности, связанная с мышлением, художественной сферой, нормами этики и этикета;
- культура как показатель общего уровня развития общества;

– культура как общность, характеризующаяся особым набором ценностей и правил;

– культура как система ценностей и представлений того или иного класса;

– культура как духовное измерение всякой сознательной деятельности.

Сегодня, как отмечают Е.Я. Режабек и А.А. Филатова, «большинство дефиниций культуры структурируются на основе ограниченного перечня базовых концептов, к которым, прежде всего, следует отнести «деятельность», «поведение», «социальное наследование», «сверхорганическое начало», «система ценностей», «система идей», «семиотическая система».<sup>10</sup> Но, несмотря на ограниченность базовых концептов, количество определений культуры продолжает расти и по некоторым данным к настоящему времени составляет уже более 1000.

В первую очередь многозначность понятия культура обусловлена его универсальностью, благодаря которой оно используется не только как общенаучный термин во всех социально-гуманитарных науках, но и широко употребляется в обыденной жизни, а также – в искусстве. Этот универсализм понятия имеет объективную обусловленность, поскольку культура представляет собой крайне сложное и многогранное явление, выражающее все стороны человеческого бытия. Как отмечает В.М. Межуев, «Культура в самом исходном своем определении – это все, что существует в силу и в результате человеческой свободы, является ее предметным воплощением»<sup>11</sup>.

Во вторую очередь многообразие трактовок культуры обусловлено тем, что первоначально концепт культуры использовался для объяснения тех или иных явлений представителями различных социальных наук (истории, социологии, психологии, этнопсихологии, антропологии, экономики и др.) в соответствии со своими исследовательскими интересами. Так, заинтересованность в разработке и использовании понятия «культура» возникла, прежде всего, в рамках исторических наук, в связи с необходимостью отделения так называемой

---

<sup>10</sup> Режабек Е.Я., Филатова А.А. Когнитивная культурология. – СПб. Алетей, 2010. – С.11

<sup>11</sup> Межуев В.М. Идея культуры. Очерки по философии культуры. – М.: Прогресс-Традиция, 2006. – С.44

гражданской истории (процесса развития социальных организмов, смены экономических, политических, государственных структур, отношений между государствами и классами) от процесса создания фольклорных и авторских художественных произведений и исторического бытования религиозных обычаев, что привело к выделению области, получившей в дальнейшем название история культуры<sup>12</sup>. Затем концепт культуры был востребован в этнологии, поскольку позволял объяснить отличия одного народа от другого, а позже культура стала предметом интереса социологов, что привело к появлению ориентированной на решение практических задач управления обществом, связанных с выработкой и применением мер культурной политики отрасли социологии – социологии культуры. Сегодня «медленно и, пожалуй, даже мучительно вновь открывает концепцию культуры и включает ее в свой теоретический репертуар» психология, для которой культура «как бы ее не интерпретировали, осмысливается, прежде всего, как предпосылка поведения индивида»<sup>13</sup>. Понимание социо-гуманитарной обусловленности экономической деятельности позволяет рассматривать культуру как один из факторов экономического развития, что послужило причиной появления концепта экономической культуры. При этом различия в подходах к культуре в зависимости от того, в рамках какой из общественных наук они реализуются, могут быть проиллюстрированы следующим образом. Антропология и социология делают акцент на разрешающих моментах культуры, подчеркивая важность адаптации, а психология, с ее интересом к свободе личности, предполагает подчеркивание ограничительных сторон культуры<sup>14</sup>. Кроме того, акцент на выделении той или иной особенности, лежащей в основании определения культуры, на наш взгляд, зависит от исторических реалий, целей исследования, а также доминирующих на тот момент в обществе философско-мировоззренческих установок и особенностей развития научного знания.

---

<sup>12</sup> Муравьев Ю.А. От культурфилософии к культурологизму. URL: [http://www.scepsis.net/library/print/id\\_2392.html](http://www.scepsis.net/library/print/id_2392.html). (дата обращения: 16.08.2015)

<sup>13</sup> Мацумото Д. Психология и культура. – СПб.: Питер. 1-е издание, 2003. – С.62,63

<sup>14</sup> Там же. С.64

Представляется, что для определения методологических оснований нашего исследования, более продуктивным будет сосредоточиться на анализе не отдельных определений, а основных подходов к пониманию сущности культуры, позволяющих определить и структурные элементы культуры, и механизмы ее воспроизводства, распространения и функционирования. Тем более, что «безобразное (при любом плюрализме постыдное для науки) обилие, разноречивой теоретических концепций и определений культуры, представленных, в частности, в книге А. Кребера и К. Клакхона, удалось свести к конечному числу подходов без особенных теоретических потерь»<sup>15</sup>.

Поскольку «культурология как особая форма осмысления культуры» берет свое начало в трудах зарубежных исследователей, сначала обратимся к анализу их работ. Традиционно в них выделяются следующие подходы к определению сущности культуры:

- антропологический, формирование которого началось благодаря теориям ранних эволюционистов (Г. Спенсер, Э. Тайлор и Д. Морган). Представителями этого подхода культура рассматривалась как система артефактов, знаний и верований;

- культурантропологический (Б. Малиновский, К. Леви-Строс, Э. Фромм, А. Кребер, Ф. Клакхон и др.), сторонниками которого культура понималась как способ социального контроля, характерный для традиционного общества;

- социологический, в рамках которого культура выступает системой ценностей и норм, опосредующих взаимодействие людей (П. Сорокин, М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе, Ю. Хабермас);

- структуралистский, для которого характерно понимание культуры как всеохватывающей знаковой системы, созданной людьми для общения друг с другом, в связи с чем объективное научное познание культуры предполагалось осуществить посредством сравнительного структурного анализа знаковых систем и культурных текстов. К основным представителям этого подхода относятся К.

---

<sup>15</sup>Муравьев Ю.А. От культурфилософии к культурологизму. URL: [http://www.scepsis.net/library/print/id\\_2392.html](http://www.scepsis.net/library/print/id_2392.html). (дата обращения: 16.08.2015)

Леви-Строс, М. Фуко, Ж. Лакан, Р. Барт, Ж. Деррида, У. Эко;

– семиотический, в котором культура понимается как знак (Э. Кассирер, З. Лангер, Ч. Моррис);

– смысловая концепция культуры, как современный подход к пониманию культуры. Согласно этому подходу, культура представляет собой комплекс смыслов, которые понятны (или потенциально понятны) индивидам, представляющим данное общество. В рамках смысловой концепции культуры, Йошихиса Кашима выделяет два основных подхода к культуре: системно-ориентированный и практически-ориентированный<sup>16</sup>.

Представителями системно-ориентированного подхода культура рассматривается как обладающая относительной стабильностью система закодированных в символах смыслов, общих для группы людей, структурирующих свой опыт. Так, к представителям системно-ориентированного подхода относится Г.К. Триандис, который определяет культуру как материальные и нематериальные элементы жизнедеятельности группы, которые в прошлом способствовали ее выживанию в существующей экологической нише и стали использоваться членами группы для взаимодействия и поддержания своей территориальной и социо-культурной целостности<sup>17</sup>.

Практически-ориентированный подход рассматривает культуру как процесс сигнификации, в ходе которого осуществляется непрерывное создание и воспроизводство смыслов в процессе конкретной деятельности отдельных индивидов в определенных ситуациях. Этот подход представлен в трудах К. Гирца, считавшего, что культуру можно определить как «взаимодействующие системы поддающихся интерпретации знаков.... в рамках которых можно дать четкое описание [социальных явлений, поведения, установлений и процессов]».

Ю.А. Муравьев, проанализировав основные подходы к рассмотрению культуры, в современных западных исследованиях культуры сгруппировал их на других основаниях по следующим направлениям:

---

<sup>16</sup> Мацумото Д. Психология и культура. – СПб.: Питер. 1-е издание, 2003. – С.519

<sup>17</sup> Триандис Гарри.К. Культура и социальное поведение. – М.: Форум, 2007

– «культурный адапционизм» – то есть понимание культуры как специфически человеческого способа приспособления (адаптации) к окружающей среде;

– «идеационизм» – понимание культуры как совокупности проявлений духовного начала, определяющего собой человеческую жизнь<sup>18</sup>.

Представители культурного адапционизма, к которым исследователь относит и Л. Уайта, и А. Крёбера (хотя известно, что концепции А. Крёбера и К. Клакхона диаметрально расходятся с концепцией Л. Уайта), а мы могли бы отнести и Г.К. Триандиса (представителя смысловой концепции культуры), рассматривают культуры как системы, служащие для установления связи между человеческими общностями и экологическим окружением. В работах адапционистов делается акцент на объективном характере культуры, выступающей аналогом естественного отбора как основного механизма адаптации в живой природе, в связи с чем процесс развития культуры оказывается строго (хотя и иначе, чем развитие биологических организмов) детерминированным. Однако подобные представления о культуре даже с привлечением в качестве фактора культурного развития процессов изготовления орудий труда, технологий, не позволяют ни прояснить представления о движущих факторах адаптации, ни объяснить многообразие существующих в современном мире культур, что, безусловно, является недостатком адаптационного подхода.

Идеациональные воззрения на культуру сконцентрированы в когнитивистских концепциях, для которых характерен взгляд на культуру как на совокупность разного рода систем, представляющих собой социальное познание и обеспечивающих его. Так, К. Клакхон определял культуру как «способ мыслить, чувствовать, верить...знание группы, сохраняющееся ( в памяти людей, в книгах и предметах) для дальнейшего использования»<sup>19</sup>. У. Гудинаф – основатель когнитивной антропологии, внесший значительный вклад в развитие когнитивной теории культуры, рассматривал культуру как систему знания, необходимого

---

<sup>18</sup>Муравьев Ю.А. От культурфилософии к культурологизму. URL: [http://www.scepsis.net/library/print/id\\_2392.html](http://www.scepsis.net/library/print/id_2392.html). (дата обращения: 16.08.2015)

<sup>19</sup>Клакхон К.К. Зеркало для человека. Введение в антропологию. – СПб.: Евразия, 1998. – С.44

«чтобы действовать взаимоприемлемым способом и исполнять любые значимые для них роли»<sup>20</sup>, а ее главными структурными элементами считал знание и веру. «Культура – не материальный феномен; она не состоит из вещей, людей, поведения или эмоций. Это скорее организация этих вещей. Это форма вещей, которую люди имеют в сознании, это модель понимания соотношения вещей и другие способы их интерпретации»<sup>21</sup>. В таком контексте культура оказывается разновидностью языка, который, в свою очередь, понимается весьма широко – как скрытый код, связывающий воедино области наблюдаемых событий. К другим последователям этого подхода можно отнести Т. Парсонса, К. Гирца, Д.Шнейдера, а также некоторых представителей смысловой концепции культуры. Положения идеационного подхода делают возможным объяснение принципов функционирования отдельных частей культуры, но не позволяют найти принцип ее организации как всеобщей познавательной системы.

С одной стороны, в процессе своего развития оба направления претерпевают эволюционные изменения, в результате чего происходит некоторое взаимное сближение их позиций и появление общих предпосылок дальнейшего движения теоретической мысли. Так, культурные адапционисты с их исходной материалистической ориентацией эволюционируют в сторону отказа от идеи культурной детерминированности общества и индивида, а идеационисты – от признания решающей роли идей, символов, значений, ценностей для понимания культуры доходят до идеи самостоятельности культурного развития и, вместе с тем, до положения о детерминированности человеческого поведения, в конечном счете, – производством<sup>22</sup>. С другой стороны, рассмотрение западных культурологических концепций, по сути изолирующихся от рассмотрения деятельности, делает все более заметной их несостоятельность, поскольку само наличие связи культуры с человеческой деятельностью становится все более

---

<sup>20</sup> Goodenough W. Cultural anthropology and linguistics// Language in Culture and Society: A Reader in Linguistics and Anthropology. – N.Y., 1964. –P.36

<sup>21</sup> Goodenough W.H. Cultural anthropology and linguistics // Reports of the 7-th Annual Round Table Meeting on linguistics and language study. Col. 9. – Washington, 1957. –P. 167.

<sup>22</sup> Муравьев Ю.А. От культурфилософии к культурологизму. URL: [http://www.scepsis.net/library/print/id\\_2392.html](http://www.scepsis.net/library/print/id_2392.html). (дата обращения: 16.08.2015)



явным. И в этом аспекте нам представляется логичным переход к рассмотрению основных отечественных подходов к исследованию сущности культуры, поскольку именно в них деятельностная концепция культуры традиционно является доминирующей.

В целом в отечественной культурологии разрабатывались два основных исследовательских направления: аксиологическая интерпретация культуры и антропологическая концепция культуры.

Аксиологический подход к пониманию сущности культуры был предложен в начале 60-х гг. В.П. Тугариновым, который счел возможным рассматривать культуру как совокупность ценностей. Согласно сторонникам аксиологического подхода понятие культуры применимо к совокупности лучших творений человеческого духа, высших духовных ценностей, то есть культура представляет собой совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человеком. Такая трактовка получила широкое распространение, именно она содержалась во втором издании БСЭ и в Философской энциклопедии. Несмотря на большую широту, этот подход имеет и некоторые недостатки. Так в нем отсутствуют точные критерии того, что же считать ценностями культуры. Кроме того, согласно этому подходу, не всякий результат деятельности может называться достоянием культуры, поскольку определение ценности предполагает наличие позитивных результатов. Эти особенности аксиологического подхода сужают область рассмотрения сферы культуры, исключая из нее негативные феномены человеческого социума, такие как преступность, рабство, социальное неравенство, наркомания и т.д., которые не могут быть отнесены к природным феноменам, а с позиции аксиологической концепции культуры к культурным феноменам также не относятся. Именно известная ограниченность аксиологического подхода послужила причиной разработки антропологического подхода к пониманию сущности культуры.

Антропологическое понимание культуры предполагает, что она охватывает все, что отличает жизнь человеческого общества от жизни природы, все стороны человеческого бытия, все, что создано людьми и характеризует их жизнь в

определенных исторических условиях. Таким образом, сторонники антропологического подхода стремятся преодолеть ограниченность аксиологического подхода, однако в этом случае предметное поле исследования культуры становится практически безграничным с массой эмпирического материала и безбрежным количеством интерпретаций. Решение этой проблемы возможно на пути философского осмысления феномена культуры, при помощи использования методов теоретического системного мышления, взятых на самом высоком уровне общности, то есть в рамках философии культуры. И действительно, «культурологическая проблематика в нашей стране, в отличие от Запада, выросла на философском материале, и использование, соответственно, философской методологии как инструмента построения дисциплины сказалось на ее содержании самым непосредственным образом»<sup>23</sup>. Многолетние исследования С.Н. Артановского, Э.А. Баллера, П.П. Гайдено, В.Е. Давидовича, Г.В. Драча, Ю.А. Жданова, Б.С. Ерасова, Э.С. Маркаряна, а также А.И. Арнольдова, Е.В. Богомоловой, Н.С. Злобина, М.С. Кагана, Л.Н. Когана, В.М. Межуева, Ю.М. Лотмана, Э.В. Соколова, Н.З. Чавчавадзе, В.Ж. Келле и М.Я. Ковальзон легли в основу формулирования задачи «выработки общего подхода к культуре, философско-социологической ее концепции, способной служить теоретико-методологической основой частнонаучных исследований», как основной проблемы именно философии культуры»<sup>24</sup>.

Наиболее развернутое философское обоснование установки антропологической парадигмы нашли в деятельностном подходе к анализу культуры, основанием которого выступает положение о культуре как о специфическом способе человеческой деятельности<sup>25</sup>. Исследования культуры в рамках деятельностного подхода проходили по двум основным направлениям:

– первое, основателем которого является Н.С. Злобин, рассматривает культуру в контексте личностного становления, рассматривая ее сквозь призму

---

<sup>23</sup> Муравьев Ю.А. От культурфилософии к культурологизму. URL: [http://www.scepsis.net/library/print/id\\_2392.html](http://www.scepsis.net/library/print/id_2392.html). (дата обращения: 16.08.2015)

<sup>24</sup> Келле В.Ж., Ковальзон М.Я. Теория и история. – М.: Политиздат, 1981. – С. 225.

<sup>25</sup> Межуев В.М. Идея культуры. Очерки по философии культуры. – М.: Прогресс-Традиция, 2006. – С.285

процессов духовного производства, функционирования и развития личности. «Действительным содержанием культуры оказывается процесс постепенного исторического развития человеческих сил и способностей, находящий свое внешнее выражение во всем богатстве и многообразии создаваемой людьми предметной действительности»<sup>26</sup>. Помимо Н.С. Злобина, к видным представителям этого направления относятся А.И. Арнольдов, Э.А. Баллер, Л.Н. Коган, В.М. Межуев.

– второе направление, разрабатываемое в трудах Э.С. Маркаряна, В.Е. Давидовича, Ю.А. Жданова, М.С. Кагана, З.И. Файнбурга, В.В. Трушкова и других, рассматривает культуру как универсальное свойство общественной жизни<sup>27</sup>.

Однако подходы к рассмотрению культуры, реализуемые в рамках обоих направлений, на первых этапах препятствовали решению задачи системного анализа самой культуры. Попытки решения этой задачи были предприняты представителями обоих направлений – в 1974 году М.С. Каганом и позже В.М. Межуевым.

К основным положениям концепции М.С. Кагана относятся определение культуры как «системной, исторически образовавшейся и исторически изменяющейся многосторонней целостности специфически человеческих способов деятельности и ее опредмеченных плодов – материальных, духовных и материально-духовных, художественных»<sup>28</sup>. Он выявляет три модуса существования культуры, необходимых для понимания сущности культуры:

– первая модальность культуры – то есть форма ее бытия – качества человека, которые не врождены ему, а благоприобретены в ходе его жизни: его потребности, способности и умения, его знания, ценности и идеалы, его отношение к другим людям и самому себе;

– вторая форма бытия культуры – способы человеческой деятельности, в

---

<sup>26</sup> Межуев В.М. О понятии «культура». – М., 1968. – С. 7.

<sup>27</sup> Межуев В.М. Идея культуры. Очерки по философии культуры. – М.: Прогресс-Традиция, 2006. – С.284

<sup>28</sup> Каган М.С. Введение в историю мировой культуры. Книга первая. – СПб.: ООО Издательство Петрополис, 2003. – С. 44.

которых реализуются названные культурные качества человека как субъекта деятельности;

– третья модальность культуры – опредмеченные плоды этой деятельности, «вторая природа», создаваемая им как искусственная среда его обитания – материальная, духовная и художественная – освоение которой и порождает культурные качества каждого входящего в мир человека<sup>29</sup>.

Системный анализ культуры в рамках первого направления был осуществлен В.М. Межуевым, по мнению которого «в своем собственном бытии культура предстает тоже как система, но не способов и видов деятельности, а создаваемых в процессе деятельности человеческих отношений, связывающих людей в пространстве и времени». Таким образом, общественные отношения не исключаются из культуры, а образуют самую ее суть. Но они предстают в ней не в превращенной форме экономических, политических, идеологических отношений и институтов, подлежащих изучению в специальных социальных науках, а в собственно человеческой, или личностной форме. Культура как бы охватывает собой всю совокупность отношений, определяющих существование человека как личности, как творца, субъекта этих отношений<sup>30</sup>. Он также выделяет три группы отношений: отношение людей к природе, друг к другу и к самим себе. В первом случае ставится вопрос об отношениях между культурой и природой, во втором – между культурой и обществом, в третьем – между культурой и личностью. Культура представляет собой нераздельное единство, совпадение этих отношений, когда отношение человека к природе обретает характер общественного отношения, а общественное отношение - характер его отношения к самому себе. Она как бы заключает в себе единство природы, общества и человека, дающее о себе знать в процессе исторического возвышения природного до общественного, а общественного до собственно человеческого. В.М. Межуевым также было введено понятие «целостное поле культуры», позволяющее не противопоставлять, а «увязывать» в одно целое «ценностно-

---

<sup>29</sup> Там же. С.55

<sup>30</sup> Межуев В.М. Идея культуры. Очерки по философии культуры. – М.: Прогресс-Традиция, 2006. – С.305

аксиологические и бытийственные (онтологические) аспекты человеческой социально-исторической деятельности»<sup>31</sup>.

Как отмечает В.Г. Иванов, при всех различиях подходов и концепций отечественные философы пришли к общему выводу, что по своей глубинной сущности культура есть развернутое во времени самоосуществление человека, его бытия. Системное рассмотрение внутреннего устройства и функционирования культуры как подсистемы бытия указывает на ее многомерность и выявляет три измерения: человеческое, процессуальное и предметное. Это в свою очередь подразумевает последовательное и взаимосвязанное исследование пяти звеньев функционального цикла реальной жизни культуры с выявлением необходимых и достаточных компонентов каждого звена:

- деятельностного потенциала человека как творца культуры, определяемого его сущностными силами;
- способов его предметной деятельности, способов общения и способов синкретичной художественной деятельности;
- предметности культуры на трех уровнях – материальном, духовном, художественном;
- способов распрямления (всех механизмов превращения внешнепредметного во внутренне-духовное достояние личности; воспитания и самовоспитания);
- человека как творения культуры<sup>32</sup>.

Необходимо отметить и подход к рассмотрению культуры, разрабатываемый в рамках ростовской культурологической школы (Г.В. Драч, А.Н. Ерыгин, Ю.А. Жданов, М.К. Петров). В трудах представителей этой школы разрабатывались и разрабатываются проблемы культуры не просто как системы, но как саморегулирующейся системы, в связи с чем выделяются и анализируются механизмы ее саморегуляции, проявляющиеся в деятельности институтов, обеспечивающих трансляцию и трансмутацию культурных элементов. Разделяя

---

<sup>31</sup> Мотрошилова Н.В. Новая волна интереса к философской аргументации//Культура, человек и картина мира. – М.: Наука, 1987. – С.255

<sup>32</sup> Философия культуры. Становление и развитие. – СПб.: Издательство «Лань», 1998. – С.410

положения системно-деятельностного подхода к культуре, М. К. Петров в качестве источника изменений и механизма саморегуляции, рассматривает акты человеческой деятельности и поведения, благодаря которым осуществляется воспроизводство и изменение социальной жизни. Определяя культуру как «совокупность социальных институтов и связей, образующих форму преемственного существования множества, или, по крайней мере, нескольких поколений людей»<sup>33</sup>, он выделял два основных типа институтов – институтов трансляции и институтов трансмутации. Трансляция, понимаемая М.К. Петровым как вид общения, направлена на социализацию входящих в жизнь поколений средствами соответствующих институтов и механизмов. В трансляции преемственно воспроизводятся и передаются от поколения к поколению социальные структуры, институты, формы деятельности и наличные знания<sup>34</sup>. Соответственно, институты трансляции выполняют функцию социальной памяти и сохранения целостности общества. Под трансмутацией, в свою очередь, понимаются «все разновидности общения, в результате которого в социокоде (понятие, также введенное М.К. Петровым по аналогии с биокодом как генетической программой человека), в одном из фрагментов и в соответствующем канале трансляции появляются новые элементы знания, или модифицируются наличные, или одновременно происходит и то и другое»<sup>35</sup>. Следовательно, институты трансмутации выполняют функцию обновления.

Таким образом, М.К. Петров обращает внимание на две основополагающие функции культуры, выполняемые ею по отношению к социуму: поддержание состояния гомеостаза общества, его статики, благодаря сохранению и воспроизведению традиции через институты трансляции и обеспечение его динамики посредством творческих инноваций, проводниками которых выступают институты трансмутации. Институты трансмутации могут быть в соответствии со своей функциональной ориентацией разделены на следующие подтипы: институты, функционально ориентированные на перевод нового знания в

---

<sup>33</sup> Петров М.К. Самосознание и научное творчество. – Ростов-на-Дону: Изд-во РГУ, 1992. – С.9

<sup>34</sup> Петров М.К. Историко-философские исследования. – М.: Росспэн, 1996. – С.241

<sup>35</sup> Петров М.К. Язык, знак, культура. – М.: Наука, 1991. –С.44

трансляцию и институты, стимулирующие творчество (прикладные науки, рынок, внутренняя и внешняя политика, образование, движение потребностей и др.). При этом М.К. Петров отмечает, что институты трансляции устанавливаются осознанно, а трансмутации – стихийно с последующим институциональным закреплением. Он также обращает внимание на то, что в рамках европейской цивилизации были созданы специальные институты, аналога которым нет в стабильном мире<sup>36</sup>. Это институты трансмутации, функцией которых является организация и направление творческой деятельности, посредством установки на открытие и социализацию нового. Количественное и качественное соотношение институтов трансляции и трансмутации определяет и уровень изменчивости общества, его способность реагировать на изменения. Однако, несмотря на значительную роль институтов, агентом изменений у М.К. Петрова всегда выступает человек-творец, который совместно с другими людьми, действуя по нормам революционной практики, меняет обстоятельства жизнедеятельности, унаследованные от предыдущих поколений, а затем меняется и сам, вырабатывая новые формы деятельности в изменившихся обстоятельствах<sup>37</sup>. Нельзя не отметить и то, какую роль М.К. Петров отводил образованию как трансляционно-трансмутационному институту общества современного типа, поскольку именно задачей формального образования является трансляция универсального теоретического знания, легко поддающегося трансмутации.

Продолжение и развитие концепция М.К. Петрова получила не только в трудах представителей ростовской культурологической школы, но и в оригинальной концепции культуры академика В.С. Степина. Он определил культуру как систему исторически развивающихся надбиологических программ человеческой жизнедеятельности (деятельности, поведения и общения), обеспечивающих воспроизводство и изменение социальной жизни во всех ее основных проявлениях<sup>38</sup>. Поскольку содержание программ составляет исторически накапливаемый социальный опыт, культура предстает в качестве

---

<sup>36</sup> Петров М.К. Искусство и наука. Пираты Эгейского моря и личность. – М.: Росспэн, 1995. –С.96

<sup>37</sup> Петров М.К. Человек и культура в научно-технической революции // Вопросы философии. – 1990. –№ 5. –С.80

<sup>38</sup> Степин В. С. Цивилизация и культура. – СПб.: СПбГУП, 2011. – 408 с. С.11

хранилища этого опыта, передаваемого от поколения к поколению, а значит, поддерживает состояние гомеостаза общества. В то же время смена программ в процессе отмирания одних и зарождения других порождают реальные изменения социума, то есть детерминируют его развитие и обновление.

Синтезирував вышерассмотренные подходы, под культурой мы будем понимать сложную самоорганизующуюся и саморегулируемую систему осуществления внеприродного бытия человека, основными задачами которой по отношению к социуму выступают сохранение его стабильности и в то же время обеспечение его развития и обновления. Основными структурными элементами, понимаемой таким образом культуры, выступают:

– человек, чьи культурные, то есть не биологические, а приобретенные в процессе жизнедеятельности и в результате социализации качества, позволяют характеризовать его как субъект культуры и в то же время объект воздействия ее регулятивов. Выступая в качестве субъекта культуры, человек, обладающий определенными качествами, удовлетворяя свои небиологические потребности, реализуя свои способности и умения способами, определяемыми культурой, ориентируясь на ценности и идеалы, закрепленные в культуре, своими действиями способствует утверждению норм и ценностей культуры. В то же время, выступая в качестве творца, и основного агента изменений, человек, вырабатывая новые формы деятельности, привносит новые элементы в культуру и, тем самым, определяет направления развития культуры. В свою очередь, подвергаясь воздействию культуры, при помощи соответствующих механизмов, формирующей и закрепляющей все эти качества, и определяющей возможности и направления их реализации в деятельности, человек выступает в качестве объекта культуры;

– институты – трансляции и трансмутации, а также механизмы (положительной и отрицательной обратной связи), используя которые культура осуществляет свое воздействие на человека (выступающего в качестве объекта культурного воздействия), превращая внешнепредметное содержание во внутренне-духовное достояние личности, обеспечивая процессы воспитания и



самовоспитания;

– виды деятельности, в которых качества человека как субъекта и объекта культуры получают актуализацию и реализацию в социально-одобряемых и социально-поощряемых формах;

– опредмеченные плоды регулируемых и направляемых культурой видов деятельности, образующие в совокупности неприродную, искусственную среду обитания человека как культурного существа. Элементами этой среды выступают продукты материального производства, духовного производства, и результаты художественного творчества, а ее освоение порождает культурные качества каждого входящего в мир человека.

## **1.2 Инновация: генезис и содержание понятия<sup>39</sup>**

После того как мы определились с понятием культура, следует определиться какой что мы будем понимать под определением «инновационная». Слово «инновационный» является прилагательным, производным от слова «инновация», с одной стороны, чрезвычайно широко употребляемого в современном научном дискурсе, однако с другой стороны, употребляемого в разных контекстах, зачастую не сопрягаемых друг с другом.

В большинстве научных работ можно встретить мнение, что термин «инновация» в значении «введение некоторых элементов одной культуры в другую» (имелось в виду введение европейских обычаев и способов организации в традиционные азиатские и африканские общества) впервые появился в научных исследованиях по этнографии в конце XIX в. К сожалению, это ошибочное

---

<sup>39</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях: Малахова Н.Н. Инновационная экономика как фактор трансформации научных институтов: глобальный уровень [Текст] / Н.Н. Малахова. // Научное обозрение. Серия 2: Гуманитарные науки. – 2015. – №1. – С. 15-21; Малахова Н.Н. Инновационная личность как производитель и потребитель: экономические и социокультурные последствия формирования и функционирования [Текст] / Н.Н. Малахова. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. – 2015. – №1. – С. 127-137; Малахова Н.Н. Школа как институт формирования инновационной личности: основные направления и перспективы трансформаций // Теория и практика развивающего образования школьников: коллективная научная монография / отв. ред. А.Ю. Нагорнова. – Ульяновск: SIMJET, 2015. – 279 с.

убеждение транслируется из работы в работу, хотя, проведенный Ю. А. Карповой подробный семиотический анализ происхождения и употребления этого термина показал, что понятие «инновация» было впервые использовано французами в 1297г. (о чем свидетельствует изданный в 1889 г. «Общий словарь французского языка с начала XVII в. до наших дней», авторами которого были Арсен Дарместетер, Адольф Хатуфельд и Томас Альберт) <sup>40</sup>. Упоминание об этом термине можно найти также во Французской энциклопедии. Первое объяснение понятия «инновация» содержится в книге англичанина Джона Бренда Curfius Rufus Historic (1515 г.), в которой рассказывается о замечательном человеке по имени Пердика, амбициозный ум которого был «склонен к инновациям». Обладая большим воображением, он все время придумывал что-то новое и таким образом был впереди своего времени (The Oxford English Dictionary, 1989). Далее Ю.А. Карпова убедительно показывает, что в последующем термин «инновация» применялся в качестве узкого специального термина, содержание которого различалось в зависимости от контекста в лингвистике, процессуальном праве, ботанике и этнографии. Так, в английской грамматике 1824 г. этот термин используется для обозначения новшеств в грамматических формах, особенно касающихся названий времен. В английском словаре юридических терминов 1861 г. инновация объясняется как технический термин, который определяет акт замены с согласия кредитора одного обязательства на другое. Упоминание об использовании термина в ботанике относится к 1863 г. и в этом случае термином «инновация» обозначается все, что находится в процессе роста. В этнографии в то же время он использовался для обозначения самостоятельно разработанного или заимствованного из чужой культуры элемента, который, качественно отличаясь от существующих, тем не менее, внедрялся в традиционную среду. Американский социолог Р. Мертон использовал термин «инновация» для обозначения формы приспособления индивидов в обществе, вызываемой значительным культурным акцентированием цели-успеха и заключающейся в использовании институционально запрещаемых, но часто бывающих эффективными средств

---

<sup>40</sup> Здесь и далее цит. по Карпова Ю.А. Введение в социологию инноватики. Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2004.

достижения богатства и власти, или хотя бы их подобия<sup>41</sup>. Семантический анализ термина «инновация» позволяет заметить, что наряду с различным смысловым наполнением этого слова в зависимости от контекста, в котором оно употребляется, постепенно в нем начинают дифференцироваться различные аспекты употребления. Так, в Латинском словаре «инновация» (*in-novatio*) переводится как перемена, обновление, изменение, а во Франко-русском словаре это понятие означает как новизну, новость, новшество, новинку, модный товар, так и нововведение. Уже здесь становится очевидной неопределенность и многозначность употребления термина. В других словарях уже намечается тенденция разведения понятия инновации как процесса и как результата. Так, в Англо-русском словаре 1981 г. уже используются два термина: инновация как новшество, нововведение и второй термин – *innovate* – введение новшества. В более позднем издании Франко-русского словаря также появляется понятие *innover*, что означает вводить новшество, вносить изменения (Франко-русский словарь, 1990). Аналогично в немецко-русском словаре разведены понятия *die novität* – новинка и *der innovation*, что означает и новшество, обновление, и нововведение. Несколько позже в понятии инновации выделяются новые оттенки, – оно понимается уже не просто как любое новшество, но как крупное новшество, как введенное новшество, что-то недавно внедренное.

В энциклопедии Британика содержится определение инновации в экономическом контексте как процесса внедрения новых технологий. Понимаемая таким образом инновация, по мнению некоторых авторов, является основным фактором экономического развития.

Содержащиеся в специализированных словарях, трактовки термина инновация также различаются. Ю.А. Карпова обращает внимание на то, что в одном из социологических словарей инновация описывается как самый общий термин, употребляющийся для обозначения чего-либо нового, часто недоступного

---

<sup>41</sup>Мертон Р. Социальная структура и аномия //Социология преступности (Современные буржуазные теории). Перевод с французского Е.А.Самарской. Редактор перевода М.Н. Грецкий. – Москва.: Издательство «Прогресс», 1966.

для исследования и анализа<sup>42</sup>. Для конкретизации значения термина автор словаря сопоставляет его с термином «изобретение» и делает вывод о том, что, несмотря на синонимичность понятий, использование термина «инновация» имеет свои особенности. Так, если термин «изобретение» предназначается для обозначения новых технических аспектов или процессов, то термин «инновация» употребляется для обозначения нетехнологических отклонений от существующих моделей и норм. Таким образом, можно отметить расширение сферы использования термина и распространение феномена инновации на социальную сферу и сферу духовной культуры.

В экономическом словаре 1976г. инновация определяется как существенный шаг в развитии технологии, управления, мышления, нечто большее, чем простое расширение или улучшение существующих методов, одна из функций предпринимательской способности<sup>43</sup>.

В научно-техническом словаре 1987г. инновация понимается как «результат творческой деятельности, направленной на разработку, создание и распространение новых видов изделий, технологий, внедрение новых организационных форм и т.д.»<sup>44</sup>.

В психологическом словаре 1990г. понятие инновация определено через процесс – как создание и внедрение различного вида новшеств. Однако, как отмечает Ю.А. Карпова, отличительный признак инновации отнесен уже не к процессу, а к его результату – к новшеству, которое отличается от всех других тем, что порождает «значимые изменения в социальной практике»<sup>45</sup>.

В социологическом словаре 1990г. инновация трактуется как «внедрение новых форм организации труда и управления, охватывающее не только отдельное предприятие, но и их совокупность, отрасль»<sup>46</sup>, а в словаре «Социальные технологии» понятие инновации трактуется как «создание, распространение и

---

<sup>42</sup> Карпова Ю.А. Введение в социологию инноватики. Учебное пособие. –СПб.: Питер, 2004. – С.17

<sup>43</sup> Economics Dictionary. – Oxford,Amsterdam.:Ed. Donald Wmoflat, Elsevier, 1976. – №4.

<sup>44</sup> Научно-технический прогресс. Словарь./Сост. В.Г. Горохов, В.Ф. Халипов. М.:Политиздат,1987.

<sup>45</sup> Психология. Словарь/ Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. –М.:Политиздат,1990.

<sup>46</sup> Современная западная социология. Словарь/ Сост. Ю.Н. Давыдов, М.С. Ковалева, А.Ф. Филиппов. – М.: Политиздат,1990

применение нового средства (новшества), удовлетворяющего потребности человека и общества, вызывающего вместе с тем и социальные и другие изменения»<sup>47</sup>.

Усиление интереса к феномену инновации, а также многоаспектность этого феномена и необходимость определения и конкретизации основных понятий привели к созданию «Инновационного глоссария» учеными Международного института системных исследований. Согласно их представлениям, «инновация в целом – это вид или результат процесса развития»<sup>48</sup>. По мнению авторов, подлинная инновация, в сравнении с новацией и реновацией, означает нечто большее, чем простая замена старых элементов – новыми в данной системе. То есть новым является такой элемент или система, которые более прогрессивны, чем старые, что означает их соответствие позитивной тенденции процесса развития в целом. Констатация факта инновации возможна лишь при использовании критериев новизны и прогрессивности нового элемента или системы. Эти критерии играют роль фундаментальных индикаторов, используемых в патентном праве уже более 100 лет.

Множественность вариантов определения понятия инновация в научной литературе сохраняется и до сегодняшнего дня, однако, в теоретическом дискурсе уже определились основные подходы к употреблению термина. Так, Г.Г. Азгальдов и А.В. Костин выделяют три основных подхода к толкованию термина «инновации», встречающиеся в современной литературе. В рамках первого подхода, разработанного как в отечественных, так и в зарубежных исследованиях, этим термином обозначают только некий процесс внедрения новшества (введение новшества, акт инновации). Согласно второму подходу, термином инновация обозначают только результат некоего процесса – новшество, крупное новшество, внедренное новшество и т.д. Третий подход является интегративным для первых двух и его сторонники используют термин инновация для обозначения и процесса, и результата этого процесса.

---

<sup>47</sup> Социальные технологии. Толковый словарь/ Отв. ред. В.Н. Иванов. – М.-Белгород: Луч-Центр социальных технологий, 1995.– 309 с.

<sup>48</sup> Hausteин H., Maier H. Innovation Glossary. – Oxford, N.Y., Toronto, Sidney, Frankfurt, 1986

Как отмечает Б.Г. Тукумцев, сопоставление отечественных и зарубежных публикаций и опубликованных официальных документов позволяет сделать вывод, что эти различия связаны не в последнюю очередь с тем, в какой стране работает ученый. Отечественные ученые в большей части случаев предпочитают рассматривать инновацию как результат внедрения новшества, в то время как ученые стран Европы рассматривают ее преимущественно как сложную и диверсифицированную деятельность по созданию и внедрению новшества, то есть как процесс<sup>49</sup>.

Между тем попытка строгого определения термина «инновация» затрудняется не только отмеченной авторами полисемией (многозначностью) этого термина, но и чрезвычайно широкой областью его применения. Так, Г.Г. Азгальдов и А.В. Костин после проведенного анализа отечественной, и значительного массива зарубежной (в основном – англоязычной) литературы приходят к выводу, что на практике термин «инновация» всё чаще используется применительно не только к новой технике, но и к, практически, любым другим сферам человеческой деятельности (управлению, образованию, науке, медицине, военному делу и т.д.)<sup>50</sup>.

Мы считаем необходимым сузить толкование термина «инновация» и сферу его употребления ограничить обозначением экономического феномена. В пользу нашего предположения свидетельствует следующее.

Несмотря на присутствие термина в европейских языках, его постепенную эволюцию, а также использование в специализированных исследованиях, до XX в. он был практически не известен широкой общественности. Тем более, не существовало широко распространенных сегодня словосочетаний, производных от термина «инновация», таких как рассматриваемая нами инновационная культура, инновационная личность, инновационная деятельность, инновационное развитие, инновационная среда, инновационное общество и инновационная

---

<sup>49</sup> Тукумцев Б.Г. Формирование понятийного аппарата социологического анализа инновационной деятельности// Петербургская социология сегодня – 2013 : сборник научных трудов социологического института РАН. вып. 5. – СПб. : Нестор-история, 2014. – С.110-111

<sup>50</sup> Азгальдов Г.Г. Костин А.В. К вопросу о термине «инновация» URL: [http://www.labrate.ru/articles/azgaldov-kostin\\_doklad\\_2009-2\\_about-innovation.htm](http://www.labrate.ru/articles/azgaldov-kostin_doklad_2009-2_about-innovation.htm). (дата обращения: 16.08.2015)

экономика. По нашему мнению, широкое распространение термин получил после того как в 1911г его использовал в своей работе «Теория экономического развития» австрийский экономист Йозеф Алоис Шумпетер – автор инновационной теории предпринимательства. Он наполнил понятие «инновация» новым смыслом, обозначив при помощи этого термина «изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации промышленности»<sup>51</sup>. Процесс установления новой производственной функции, как в виде производства нового товара, так и в виде внедрения новых форм организации направлен, в первую очередь, на повышение эффективности экономической деятельности, и сам Й. Шумпетер целью инновации называл получение прибыли. Широкому распространению термина «инновация» именно в контексте экономической деятельности, повышению актуальности инновационной проблематики способствовали, в первую очередь, особенности функционирования капиталистической экономики в XX в. Столкнувшись с проблемой исчерпания возможностей экстенсивного развития традиционных производств и отраслей, функционируя в условиях товарного перепроизводства и перепотребления, капиталистическая экономика нашла возможность не только преодоления кризиса перепроизводства, но и стимулирования экономического роста посредством создания инновационной продукции и внедрения инновационных технологий (в значении, предложенном Й. Шумпетером). Доминирующая роль инноваций в развитии современной экономики подчеркивается определением современной экономики как инновационной экономики. Если проследить этимологию других часто употребляемых понятий, то здесь также четко прослеживается их связь с экономической деятельностью и экономической обусловленность. Как отмечает В.С. Шевченко, «проблематика инноваций и инноваторства возникла в западной литературе, вначале, в связи с повышением экономической эффективности промышленных предприятий, и конкретно выражалась в технологическом совершенствовании производственного

---

<sup>51</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития. –М.: Прогресс, 1982. –С.175

процесса»<sup>52</sup>. Утвердившиеся в США термины «инновационная политика фирмы», «инновационный процесс» использовались для описания динамичной системы продуктных нововведений, обеспечивающих рынок в соответствии с его конъюнктурой<sup>53</sup>. Первое упоминание понятия «инновационная личность», после которого этот конструкт был введен в научный оборот, встречается в работе Э. Хагена «К теории социальных изменений: как начинается экономический рост», изданной в 1962 г., где Э. Хаген рассматривает инновационную личность в качестве одного из основных факторов экономического роста, распространения предпринимательства и накопления капитала. Введший в научный оборот понятие «инновационная среда» (*milieux of innovation*) М. Кастельс, понимал под инновационной средой «специфическую совокупность отношений производства и менеджмента, основанную на социальной организации, которая в целом разделяет культуру труда и инструментальные цели, направленные на генерирование нового знания, новых процессов и новых продуктов»<sup>54</sup>. Обращая внимание на историю создания термина, он писал, что «концепция инновационной среды была создана в начале 1980-х годов в применении к технологическому и индустриальному развитию». Термин «инновационная культура», который будет подробно проанализирован нами в следующем параграфе, в Европе был впервые озвучен после осознания факта экономического отставания стран Европы от США и Японии по уровню инновационной активности и эффективности инновационной деятельности. Причиной отставания было то, что исследования и разработки медленно внедрялись в производство, и не получали достаточного распространения на рынке. Таким образом, формирование инновационной культуры подразумевало меры, направленные на повышение эффективности экономических процессов, а не на стимулирование абстрактных изменений во всех сферах жизнедеятельности общества и творческой активности как способа самореализации человека. Еще одним косвенным свидетельством того, что

---

<sup>52</sup> Шевченко В.С. Инновационная личность как социальный тип // Научные ведомости Белгородского государственного университета. серия: Философия. Социология. Право. – 2010. –Т.2. –№11. –С.37

<sup>53</sup> Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия. – М.: Политиздат, 1989. – С. 21

<sup>54</sup> Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. – М.: ГУ ВШЭ, 2000. URL:<http://www.buk.irk.ru/librarv>. (Дата обращения 19.09.2015)



широкое распространение термина «инновация» обусловлено, в первую очередь, особенностями развития капиталистической экономики, является, отмеченный академиком РАН, д.э.н. А.С. Кулагиным факт отсутствия термина в Большой советской энциклопедии 1972 года (то есть через 60 лет после выхода в свет работы Й. Шумпетера)<sup>55</sup>. Согласно результатам проведенного им анализа, только середине 90-х годов, в вышедших под редакцией академика Б.Г. Дякина двух изданиях «Энциклопедии рынка» (1996 и 1998 годы) можно встретить следующие определения: «Инновации, нововведения – новое явление в различных областях жизнедеятельности человечества, в данном случае речь идет о технологических инновациях. При этом под технологическими инновациями понимается процесс или его результат, при помощи которого достижения в области научных исследований и разработок переносятся в сферу бизнеса, увеличивая производительность и конкурентоспособность и содействуя экономическому росту компании»<sup>56</sup>. Во втором издании определение инновации уже отражает рассмотренную нами двойственность содержания и как процесса, и как результата, поскольку в первом значении инновация определяется как «новые исследования и разработки, имеющие прикладное значение, как форма проявления научно-технического прогресса, а во втором – как внедрение новых форм и методов организации труда, инвестиций, управления и технологии производства»<sup>57</sup>. Анализ качества этих определений не относится к предмету нашего рассмотрения, хотя А.С. Кулагин обращает внимание на некоторые неточности и спорные моменты в приведенных определениях<sup>58</sup>.

В западной экономической литературе также содержится большое количество определений, указывающих в первую очередь, на экономическую обусловленность выделения феномена инновации, будь это процесс создания

---

<sup>55</sup> Кулагин А.С. Немного о термине «инновация»// Инновации. –2004. –№7. –С.56-59

<sup>56</sup> Энциклопедия рынка. Т 3. Глобальный бизнес. Интеллектуальная и промышленная собственность. – М.: РОСБИ, 1996. – С. 396

<sup>57</sup> Энциклопедия рынка.Т5 – М.: РОСБИ,1998. –С.127

<sup>58</sup> Если это «новое явление в различных областях жизнедеятельности», то почему «в данном случае речь идет о технологических инновациях», да и как можно понять, что такое технологическая инновация, если не ясно, что вообще такое инновация. Авторы даже не смогли выбрать между процессом и результатом, а ведь это различные подходы. В первом случае процесс приравнен к результату. В определениях 1998 года речь идет уже только о процессах, причем двух совершенно разных процессах: научного поиска и внедрения

нового, или результат этого процесса. Так, Питер Дракер считает, что «... Инновация (нововведение) является скорее экономическим или социальным понятием, нежели техническим...»<sup>59</sup>. Б. Твисс определяет инновацию как процесс, в котором идея изобретения приобретают экономическое содержание<sup>60</sup>. Ф. Никсон считает, что инновация – это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования. В понимании Б. Санто, инновация – это такой общественный, технико-экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и в случае, если инновация ориентирована на экономическую выгоду, прибыль, ее появление на рынке может принести добавочный доход<sup>61</sup>.

Определение инновации как экономического феномена получает закрепление и в «Руководстве Осло» – общепризнанном в мире, справочном действующем методологическом документе, подготовленном в 1992 году Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) совместно с Евростатом и содержащем рекомендации в области статистики инноваций, которые в ЕЭС признаны в качестве международных статистических стандартов. Так, согласно «Руководству Осло», инновация есть введение в употребление какого-либо нового или значительно улучшенного продукта (товара или услуги) или процесса, нового метода маркетинга или нового организационного метода в деловой практике, организации рабочих мест или внешних связей. Там же отмечается, что общим признаком инновации является то, что она должна быть внедрена. Новый или усовершенствованный продукт является внедренным, когда он вынесен на рынок. Новые производственные процессы, методы маркетинга или организационные методы являются внедренными, когда они стали реально

---

<sup>59</sup> Дракер П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы. – М.: СП «Бук Чембер Интернешнл» 1992. – С. 46.

<sup>60</sup> Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями/пер. с англ./ Предисл. и науч.ред. К.Ф. Пузыня. – М.: Экономика, 1989. – 271с.

<sup>61</sup> Санто Б. Инновации как средство экономического развития: пер. с венг. Общ.ред и вступ.ст. Б. Сазонова. – М.: Прогресс, 1990. – С. 100.

использоваться в деятельности фирмы<sup>62</sup>.

В кратком терминологическом словаре ЦИСИ инновация определяется как «конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности либо в новом подходе к социальным услугам»<sup>63</sup>.

Это же определение в несколько сокращенном варианте содержится в «Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998 - 2000 гг.», одобренной постановлением Правительства Российской Федерации от 24 июля 1998 г. № 832, где говорится, что «Инновация – это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности»<sup>64</sup>. Более широкое толкование этого термина – как законченного действия, но опять-таки с акцентом на экономических аспектах этого действия – дается в Приложении к проекту «Основы политики РФ в области развития национальной инновационной системы на период до 2010 года и на дальнейшую перспективу». Здесь говорится: «Инновация (нововведение) – результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового продукта, услуги и технологии, и/или новой организационно-экономической формы, обладающий явными качественными преимуществами при использовании в проектировании, производстве и утилизации продуктов, обеспечивающий дополнительную по сравнению с предшествующим продуктом или организационно-экономической формой экономическую (экономия затрат или дополнительная прибыль) и/или общественную выгоду»<sup>65</sup>.

---

<sup>62</sup> Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Третье издание. – М.: ЦСИН, 2006. – С.55, 56

<sup>63</sup> Тукумцев Б.Г. Формирование понятийного аппарата социологического анализа инновационной деятельности // Петербургская социология сегодня – 2013 : сборник научных трудов социологического института РАН. вып. 5. – СПб. : Нестор-история, 2014. – С. 111-112

<sup>64</sup> Концепция инновационной политики Российской Федерации на 1998 – 2000 гг., одобренная постановлением Правительства Российской Федерации от 24 июля 1998 г. № 832

<sup>65</sup> Винокуров В. И. Основные термины и определения в сфере инноваций // Инновации. – 2005. – № 4. – С. 6

Таким образом, слово инновация, на наш взгляд, является в современном обществе не просто англоязычным вариантом или синонимом русского слова нововведение или новшество, а понятием, несущим определенную смысловую нагрузку, обозначающим, прежде всего, экономический феномен – продукт или услугу, который обладает следующими свойствами: научно-технической новизной, производственной применимостью и коммерческой реализуемостью. Именно эти свойства, и, в первую очередь, условие реализации продукта на рынке (как отмечает И.И. Ашмарин) сразу проводят грань между инновацией и просто новшеством, каким бы эпохальным оно ни было, ибо в противном случае, нам пришлось бы вести отсчет инновационной эпохи от верхнего палеолита, когда, например, был изобретен способ получения огня<sup>66</sup>. Популярность и широкое распространение термина обусловлено, как это ясно видно из временных рамок и первоначального контекста употребления всех связанных с определением «инновационный» словосочетаний, востребованностью на определенном этапе социо-экономического развития экономического явления, позволяющего повысить эффективность производства и максимизировать прибыль.

Понимание же инновации как некоего абстрактного новшества в любой сфере деятельности, результатом создания которого становятся изменения (такие же абстрактные, как и новшество, поскольку не анализируется ни направленность этих изменений, ни их качество), на наш взгляд, искажает смысл всех производных от слова инновация словосочетаний, таких как инновационная личность, инновационная среда, инновационная деятельность и пр. Так, инновационная деятельность становится деятельностью по созданию новшеств. Но в таком случае, она, по сути, ничем не отличается от творческой деятельности, и использование нового словосочетания для обозначения хорошо известного под определенным названием вида деятельности, представляется излишним. Сходным образом обстоят дела со словосочетаниями «инновационная личность», которая предстает просто новой личностью, «инновационная культура» – новая форма

---

<sup>66</sup>Ашмарин И.И. Человек в пространстве инноваций.URL: <http://iph.ras.ru/page50760415.htm>. (Дата обращения 02.09.2014)

культуры, «инновационная среда» – новая по своим характеристикам среда и т.п. Бессодержательность подобных определений лишает смысла их применение в научном дискурсе.

Таким образом, употребление термина «инновация» имеет длительную историю, согласно письменным источникам, берущую начало в XIII в. Однако, вплоть до начала XX в. этот термин был практически не известен широкой общественности, поскольку использовался в узких специальных исследованиях, и трактовался в рамках каждой из научных дисциплин, в соответствии с их предметом изучения, в результате чего отличался полисемией. Широкую известность и актуальность термин «инновация» приобрел во второй половине XXв., в значении «изменения с целью внедрения и использования новых видов потребительских товаров, новых производственных и транспортных средств, рынков и форм организации промышленности»<sup>67</sup>. Анализ всех производных от термина «инновация» словосочетаний, таких как «инновационная культура», «инновационная личность», «инновационная деятельность», «инновационное развитие», «инновационная среда», «инновационное общество» и «инновационная экономика», также позволил отметить и экономический контекст создания и использования терминов, и время их появления – вторую половину XX в., когда в связи с особенностями развития капиталистической экономики, инновации (в том значении, как их понимал Й. Шумпетер) стали рассматриваться в качестве основного способа победы в конкурентной борьбе и сохранения производителем своего места на рынке. Определения «инновации», закрепленные в официальных международных и российских документах, таких как «Руководство Осло», «Концепция инновационной политики РФ на 1998 – 2000 гг.» и др. также указывают на экономический контекст употребления термина.

В связи с этим мы будем понимать под инновацией экономическое явление – продукт, услугу, или технологию, отличающееся объективной новизной, и имеющее в качестве цели своего создания получение экономического эффекта в виде прибыли, или приобретения конкурентных преимуществ. Соответственно,

---

<sup>67</sup> Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – С.175

определение «инновационная» в приложении к понятиям культура, личность, деятельность, среда и т.п. переводит рассмотрение этих терминов в плоскость экономических отношений, как то, что определяет эффективность осуществления экономических процессов производства новых товаров или услуг, с учетом чего эти понятия и будут рассматриваться и анализироваться в следующих параграфах.

### **1.3 Инновационная культура – основные подходы к анализу феномена**

Прежде чем обосновать рассмотрение инновационной культуры как формы современной западной культуры, необходимо определиться с генезисом как понятия, так и явления, а также проанализировать основные подходы к определению инновационной культуры в современном отечественном и зарубежном научном дискурсе.

Термин «Инновационная культура» является в современных научных исследованиях чрезвычайно широко употребляемым, однако, как и составляющие его термины – «культура» и «инновация» употребляемым в различных контекстах. Так, он широко используется в работах не только и не столько экономистов, сколько в работах социологов, философов, культурологов, педагогов, психологов, а также в исследованиях работников агропромышленного комплекса.

Между тем термин «инновационная культура» появился в научных исследованиях не так давно. Традиционно считается, что впервые он был использован в 1995 г. в документе «Зеленая книга инноваций» (Green Paper on Innovation), подготовленном Европейской комиссией<sup>68</sup>. Анализируя качество инновационной деятельности в европейских странах и сопоставляя уровень инновационной деятельности с аналогичными показателями в США и странах Азии, авторы констатировали тот факт, что, обладая исключительно высоким

---

<sup>68</sup> Commission 1995. Green Paper on Innovation. COM (95) 688. – Brussels, 1995. – P.4

научным потенциалом, европейские страны слабо реализуют его в новых продуктах, особенно в сфере высоких технологий. Оценивая этот момент как негативный, в качестве одного из способов изменения европейского общества и сложившегося положения вещей в сфере производства инноваций, создатели документа предложили развитие, так называемой, инновационной культуры. Однако фиксируя наличие феномена инновационной культуры и вводя в дискурс соответствующее понятие, авторы не раскрыли значения дефиниции, и более того термин инновационная культура был упомянут в «Green Paper on Innovation» всего один раз. Некоторое развитие концепта инновационной культуры можно найти в «Первом плане действий по развитию инноваций в Европе» (First Action Plan for Innovation in Europe<sup>69</sup>), разработанном Европейской комиссией уже в 1996 году. В этом документе первым пунктом ставится задача воспитания подлинной инновационной культуры, ее стимулирование и укрепление, и эта мысль красной нитью проходит через весь план. Однако и здесь отсутствует четкое определение, что затрудняет понимание того, какой смысл вкладывают авторы в понятие инновационная культура. Можно отметить только, что, по мнению создателей плана, развитие инновационной культуры предполагает образование, обучение и повышение квалификации в сфере инноваций, развитие мобильности исследователей, повышение значимости организационных и социальных инноваций, продвижение инноваций в государственном секторе и правительственных организациях. Последующей теоретической разработки ни термин, ни феномен в иностранной литературе не получили. В стратегических документах, касающихся экономического развития стран Евросоюза, можно найти лишь спорадические упоминания термина «инновационная культура», которые, как правило, содержатся в отчетах стран Евросоюза о состоянии инновационной инфраструктуры и культуры в отдельно взятых странах, или о параметрах оценки этого состояния, в контексте перспектив инновационного

---

<sup>69</sup> The First Action Plan for Innovation in Europe. Innovation for growth and employment. – European Communities, 1997

развития отдельных регионов<sup>70</sup>. Но эти упоминания также ограничиваются оцениванием уровня инновационной культуры, без разъяснения, что же она из себя представляет.

Для российского научного дискурса характерны попытки гораздо более фундаментальной теоретической проработки термина. В специальной литературе, посвященной исследованию вопросов инновационного развития, утвердилось мнение о том, что в отечественных исследованиях впервые проблематика инновационной культуры была озвучена в 1999 году директором Института стратегических инноваций, известным политическим и военным деятелем, Председателем Комитета Государственной Думы по обороне, генералом армии А.И. Николаевым<sup>71</sup>. Ему же приписывают первенство в определении инновационной культуры как социального феномена. Последующую разработку понятия, наряду с осмыслением феномена инновационной культуры Институт стратегических инноваций обозначил в качестве одного из приоритетных направлений своей деятельности.

Однако проведенный нами анализ научных работ, посвященных рассмотрению феномена инновационной культуры, позволил обнаружить более раннее исследование, а значит, и использование дефиниции, и попытку дать определение инновационной культуры. В 1993 году в Казанском государственном педагогическом институте была защищена диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук на тему: «Инновационная культура как фактор развития предпринимательской активности работников производства в условиях формирования рыночных отношений». Автор работы – А.Ф. Валеева предложила собственное определение инновационной культуры, выступающей, по ее мнению, необходимым и неизбежным сопутствующим элементом предпринимательской деятельности, демонстрирующим, какими способами и

---

<sup>70</sup> См. Regional innovation systems: the role of governance in global world. – London, 1998. –P.41,44; Innovative to boost regional innovation // European Innovation. September, 2005. –P.42; European Trend Chart on Innovation 2000. European Commission, Directorate General Enterprises «Innovation and SME» Programme; Innovative centres and SME as vehicles in regional development. – Kalmar, Sweden by Lenanders Grafiska AB. P.28,34,82, 89,90. и др.

<sup>71</sup> Лисин Б.К. Стратегический ресурс инноваций//«Круглый стол» в Институте стратегических инноваций. – М.: Институт стратегических инноваций, 2000. – С.38



путями развивается эта деятельность, а также и важнейшим фактором, условием развития предпринимательской активности<sup>72</sup>. Рассматривая инновационную культуру в качестве нового типа хозяйственной культуры, пришедшего на смену технократическому типу, диссертант выделила характерные черты этого типа культуры, такие как прогрессивная направленность, устремленность в будущее, ориентация на достижение экономического успеха, в основе которого лежит интенсивное использование ресурсных потенциалов и достижений НТР, ярко выраженная тенденция к облагораживанию предпринимательских процессов. Сопоставляя инновационную культуру с технократической, А.Ф. Валеева отметила следующие отличия: инновационная культура более обращена к человеку и мобильна, т.е. подвержена изменениям в зависимости от условий, в которых она получает свое развитие, она видоизменяется, учитывая специфику социально-экономической и политической обстановки в стране, находится под воздействием участия государства в становлении предпринимательства. Кроме того, в своем исследовании А.Ф. Валеева выделила и компоненты инновационной культуры, ведущими из которых, по ее мнению являются уровень культуры, образования/квалификации, степень «интеллектуального оснащения» и ценностные ориентации работника. Подчеркивая широту понятия «инновационная культура», как описывающего феномен, проявляющийся в различных видах социальной деятельности, тем не менее, в своем исследовании автор сужает поле рассмотрения феномена инновационной культуры до инновационно-предпринимательской культуры работников промышленного предприятия.

Таким образом, в том или ином контексте понятие «инновационная культура» встречается в научных исследованиях (сначала в отечественных, а затем зарубежных) с 1993 года. Проведенный нами анализ появившихся, начиная с этого времени, научных работ, позволил не только отметить экспоненциальный

---

<sup>72</sup>Валеева А.Ф. Инновационная культура как фактор развития предпринимательской активности работников производства в условиях формирования рыночных отношений// дисс..... кандидата социологических наук / Казань. 1993//URL: <http://www.dissercat.com/content/innovatsionnaya-kultura-kak-faktor-razvitiya-predprinimatelskoi-aktivnosti-rabotnikov-proizv#ixzz3jShQ3FgE>. (Дата обращения 06.08.2015)

рост количества публикаций, но и выделить основные области употребления термина и наполнения его определенным содержанием.

Во-первых, понятие «инновационная культура» может использоваться для обозначения некоей формы культуры, особенности которой способствуют производству, принятию и распространению новшеств во всех сферах жизнедеятельности человека. Например, Б.К. Лисин определяет инновационную культуру как «форму общечеловеческой культуры, новую историческую реальность, порожденную осознанным стремлением общества к материальному и духовному самообновлению и выступающую в качестве исходной предпосылки качественных изменений в жизнедеятельности людей и методологической основы прогресса и гармонизации всех сфер жизнедеятельности общества»<sup>73</sup>. Хотелось бы отметить, что никаких содержательных характеристик самой инновационной культуры: ее компонентов, нормативно-ценностных оснований и т.п. данное определение не содержит. Оно скорее описывает причины ее появления и умозрительные, спекулятивные оптимистичные последствия ее функционирования. Кроме того, нельзя не отметить некоторую логическую ошибку в построении, заключающуюся в том, что культура (в каком бы значении она не рассматривалась) не может служить методологической основой прогресса. Следующее определение, также данное Б.К. Лисиным, звучит немногим более конкретно и содержательно: «Инновационная культура – это область общекультурного процесса, характеризующая степень восприимчивости личностью, группой, обществом различных новшеств в диапазоне от толерантного отношения до готовности и способности к превращению их в инновации»<sup>74</sup>. И здесь также можно отметить смысловое несоответствие употребляемых терминов. Так, понятие область, по определению отражает пространственные характеристики, пределы распространения какого-либо явления<sup>75</sup>, но не его содержательные характеристики, которые подразумевает Б.К. Лисин. Отсутствие фундаментальной теоретической проработки, в принципе

---

<sup>73</sup> Лисин Б.К. Инновационная культура//Инновации. – 2008. – №10. – С.49

<sup>74</sup> Лисин Б.К. Инновационная культура//Инновации. – 2008. – №10(120). – С.49

<sup>75</sup> Толковый словарь URL: <http://tolslovar.ru>. (Дата обращения 15.08.2015)

характерно для определений инновационной культуры как особой формы культуры. Некоторое уточнение определения, данного Б.К. Лисиным в контексте рассмотрения инновации, как экономического феномена, произвели О.Н. Зотикова и А.В. Барышева, которые, в целом повторив определение Б.К. Лисина, считают, что «Инновационная культура как область общекультурного процесса – это стратегический ресурс нового века, характеризующий степень восприимчивости личностью, группой, обществом различных новшеств в диапазоне от идеи и до готовности, способности к реализации и коммерциализации»<sup>76</sup>. Однако как вышерассмотренные, так и остальные определения, рассматривая инновационную культуру как особую форму культуры, не только чрезвычайно узко и однобоко понимают феномен культуры, обращая внимание лишь на ее нормативно-ценностные аспекты, но и не конкретизируют понятие «инновация». В результате эти определения отличаются размытостью и смысловой неопределенностью. Например, в энциклопедии «Социология» инновационная культура определяется как «исторически сложившаяся, устойчивая система норм, правил и способов осуществления нововведений в различных сферах жизни общества, характерная для данной социокультурной общности»<sup>77</sup>. Наиболее развернутое из рассматриваемых определение содержится в толковом словаре «Инновационная деятельность». По мнению авторов словаря, «Инновационная культура – это специфический срез культуры общества, определяемый сложившимися в нем ценностями творческого труда, изобретательства и рационализаторства, стремлением к переменам и признанием общественно значимыми видов деятельности, связанных с инновациями, и рисков творческой деятельности. Инновационная культура проявляется в создании социальных условий содействия раскрытию и реализации инновационного потенциала личности и организации, оптимизации соотношения между традициями и обновлением, реального противодействия социальному и

---

<sup>76</sup> Зотикова О.Н., Барышева А.В. Современная инфраструктура инновационно-культурной среды// Сервис в России и за рубежом. – 2014. – №9(56). – С.38

<sup>77</sup> Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. – Мн.: Книжный Дом, 2003. – 1312 с.

бюрократическому сопротивлению всему новому и порожденному им изменениям»<sup>78</sup>.

Как можно заметить, даже у авторов рассматривающих инновационную культуру как определенную форму культуры нет единства в понимании этого феномена. По определению академика Ф.Т. Михайлова, «вся человеческая культура по происхождению и по самой сути своей креативна, следовательно, – инновационна»<sup>79</sup>. Но в таком случае и выделение инновационной культуры как особой формы культуры не имеет смысла. Ряд исследователей рассматривает инновационную культуру как принципиально новую форму культуры (Б.К. Лисин), другие – как специфический срез уже существующей культуры общества, то есть как определенный культурный сегмент (авторы толкового словаря «Инновационная деятельность»). Некоторые исследователи (В. И. Долгова) пытаются интегрировать две этих позиции, подчеркивая своеобразную «двойственность» инновационной культуры. Так, с одной стороны, она выделяет инновационную культуру как особый вид культуры, а с другой стороны, – как элемент, присутствующий в каждом виде культуры<sup>80</sup>. Поскольку при этом В.И. Долгова считает, что «инновационная культура является инвариантом любой формы культуры»<sup>81</sup>, она рассматривает инновационную культуру как некую область пересечения различных видов культуры (организационной, правовой, политической, профессиональной, личностной и т. д.), отражающую их поступательное развитие, прогрессивные тенденции, инновационный характер. Между тем подход к инновационной культуре как к инварианту любой формы культуры представляется более чем странным, поскольку инвариант – это термин, обозначающий нечто неизменяемое. Понимаемая таким образом инновационная

---

<sup>78</sup> Инновационная деятельность. Толковый словарь. 2-е изд., доп./Отв. ред. В.И. Суслов. – Новосибирск: Сибирское научное издательство, 2008. – 224 с.

<sup>79</sup> Меленькина С.А. Современное состояние взаимодействия инновационной культуры и конкурентоспособности промышленного предприятия // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1

<sup>80</sup> Долгова В. И. Акмеологические проблемы развития инновационной культуры субъектов системы профессионального образования // Научные исследования в образовании. – 2010. – №11. – С.16.

<sup>81</sup> Долгова В. И. Акмеологическая инвариантность инновационной культуры//XXXI International Research and Practice Conference “Ways of solving crisis phenomena in pedagogics, psychology and linguistics”/III stage of the championship in pedagogical and psychological sciences II stage in philological sciences from August 31 – September 06, Лондон, Великобритания, 2012. - С.145-147. URL: <http://gisap.eu/ru/node/11219>. (Дата обращения 03.09.2015\_

культура, с точки зрения В.И. Долговой, определяет всю жизнедеятельность общества и человека, опираясь на существующие традиции и, развивая их (таким образом, В.И. Долгова пытается включить в инновационную культуру и элемент традиции), но в таком случае инновационная культура не может быть чем-то неизменным, так как развитие всегда подразумевает изменение.

Определяя инновационную культуру как особую форму культуры, исследователи, как правило, сосредотачивают свое внимание на ее нормативном компоненте и, соответственно, регулятивной функции. Так, И. И. Цыркун считает, что инновационная культура – это система, которая «включает всю совокупность нормативов (аксиологических, гносеологических, преобразовательных и управленческих), детерминирующих качество инновационной деятельности»<sup>82</sup>. Т.Д. Санникова и Р.С. Петров определяют инновационную культуру населения как системный комплекс норм, правил и способов внедрения и восприятия новшеств в различных областях жизнедеятельности<sup>83</sup>. Авторы энциклопедии «Социология» обращают внимание на то, что «Представляя собой исторически адаптированную в конкретном социуме структуру моделей и алгоритмов инновационных действий, инновационная культура играет роль социокультурного механизма регуляции инновационного поведения социальных субъектов»<sup>84</sup>. Таким образом, инновационная культура выступает неким надындивидуальным феноменом, детерминирующим и регулирующим поведение людей по отношению к абстрактным новшествам, независимо от их качества и последствий их распространения.

К сожалению, необходимо констатировать, что в целом определения инновационной культуры как особой формы культуры не отличаются конкретностью, не содержат ни ее характеристик, ни описания элементов

---

<sup>82</sup> Цыркун И.И. Дидактические основы генезиса специальной инновационной подготовки студентов в условиях многоуровневого образования : автореф. дис. ... доктора пед. наук: 13.00.08 / И.И. Цыркун; Белорусский государственный педагогический университет имени М. Танка. – Минск, 1998. – С.8.

<sup>83</sup> Санникова Т.Д., Петров Р.С. Активность – залог эффективности. Формирование условий развития инновационной культуры в контексте стратегии модернизации российской экономики//Креативная экономика. – 2011. – №2. – С.85-86

<sup>84</sup> Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. –Мн.: Книжный Дом, 2003. – 1312 с.

инновационной культуры, ни источников возникновения, ни механизмов функционирования и отражают скорее желаемое, идеальное состояние культуры, а не наличествующее. Кроме того, большинство определений грешат логическими несоответствиями.

Во-вторых, термин инновационная культура может употребляться для обозначения совокупности определенных качеств и характеристик человека, определяющих его позитивное отношение к инновациям. На это обращает внимание Ю.А. Карпова, предложившая разделить понятия «инновационная культура общества» и «инновационная культура отдельного человека». По ее мнению, «инновационная культура общества – это плод создания некой инновационной инфраструктуры, института инновационной деятельности» (нельзя не отметить аморфность и бессодержательность данного определения). В то же время термин «инновационная культура отдельного человека» нужно понимать несколько иначе: «инновационная культура отдельного человека – это умение личности приспосабливаться к постоянно изменяющемуся миру, творить новое, умение правильно оценить и принять новшество»<sup>85</sup>. К такого рода определениям инновационной культуры относится и ставшее уже хрестоматийным и часто цитируемым определение директора института Стратегических инноваций А.И. Николаева, который считает, что «Инновационная культура отражает целостную ориентацию человека, закрепленную в мотивах, знаниях, умениях и навыках, а также в образах и нормах поведения. Она показывает как уровень деятельности соответствующих социальных институтов, так и степень удовлетворения людей участием в них и его результатами»<sup>86</sup>. Как правило, все последующие исследователи, придерживающиеся этого подхода к определению инновационной культуры, воспроизводят определение, данное А.И. Николаевым с небольшими и не очень существенными для понимания сути инновационной культуры добавлениями. Так, в подобном ключе, то есть как система регуляторов поведения личности,

---

<sup>85</sup> Лисин Б.К. Стратегический ресурс инноваций. – М: Институт стратегических инноваций, 2000. – С.38

<sup>86</sup> Николаев А.И. Инновационное развитие личности и инновационная культура//Вопросы культурологии. –2006. – №3. – С.86-90

обеспечивающая производство и восприятие и распространение инноваций, инновационная культура рассматривается Л.А. Холодковой, Р.В. Миленковой, В.А. Лапшовым, В.Д. Цветковой и др. Сторонники этого подхода обращают внимание на социальную обусловленность возникновения инновационной культуры личности как совокупности личностных качеств субъекта инновационной деятельности, а также – на возможность и необходимость целенаправленного формирования этих качеств (например, в рамках системы образования).

Логичным представляется интерес психологов к феномену понимаемой таким образом инновационной культуры. Так, по мнению О.А. Шумаковой, инновационная культура является сложным и многосторонним *психологическим* (курсив наш) образованием, формирование и развитие которого обусловлено спецификой профессиональной деятельности человека, характером ее содержательной и деятельностной сторон. Поэтому в исследовании инновационной культуры необходимыми выступают, с одной стороны, анализ особенностей собственно инновационной культуры, влияющей на культуру личности в целом, а с другой, – деятельности по ее освоению<sup>87</sup>. Нельзя не отметить в данном определении отсутствие понимания, является ли инновационная культура внешним для личности образованием (если должна осуществляться деятельность по ее освоению) или все-таки внутриличностным феноменом. Видимо, с целью преодоления этого противоречия в понимании инновационной культуры личности, О.А. Шумакова уже совместно с В.И. Долговой делают попытку интегрировать первый и второй подходы к определению инновационной культуры. Так, по их мнению, формирование инновационной культуры – это специально организованная, последовательная деятельность, задающая внешние условия с целью изменить уровень инновационной культуры личности<sup>88</sup>. Таким образом, они понимают

---

<sup>87</sup> Шумакова О. А. Методологические стратегии психологических исследований феномена инновационной культуры // МНКО. – 2009. – №7-2. – С.282

<sup>88</sup> Долгова В. И., Шумакова О. А. Психологические закономерности формирования инновационной культуры // МНКО. – 2009. – №1. – С.207

инновационную культуру как некие внешние условия по отношению к личности, которые, в свою очередь, оказывают влияние на формирование инновационной культуры самой личности.

Заострение внимания на психологической природе инновационной культуры личности закономерно приводит исследователей к рассмотрению мотивации личности: роли потребностей, желаний, стремлений и намерений, в качестве центрального звена в формировании понимаемой таким образом инновационной культуры. Рассматривая психологические механизмы и основания формирования инновационной культуры, они также обращают внимание на взаимосвязь процессов формирования инновационной культуры и процессов развития мышления, рефлексии, а значит, и социального мышления и осознанного самоуправления, что имеет своим следствием переход к качественно новому уровню развития человека как субъекта инновационной деятельности<sup>89</sup>.

Кроме того, можно отметить, что сторонники этого подхода в рассмотрении инновационной культуры сосредотачивают внимание на ценностном компоненте культуры, обосновывая это тем, что от того, как воспринимает и оценивает человек инновации, нововведения, зависит не только продуктивность, но и наличие самого процесса формирования инновационной культуры. Однако, как и в первом подходе к использованию понятия «инновационная культура» можно отметить неопределенность понятия культура, отсутствие детальной разработки концепта, отсутствие конкретизации какие именно ценности, мотивы и навыки являются содержанием инновационной культуры, понимаемой как инновационная культура личности.

В-третьих, понятие «инновационная культура» используется для характеристики человека не как личности в целом, а в более узком смысле – как субъекта производственной, профессиональной деятельности. В этом случае, как отмечает С.И. Дворецкий, исследователи используют термин «инновационная культура специалиста» по аналогии с терминами «профессиональная»,

---

<sup>89</sup>Долгова В. И., Шумакова О. А. Психологические закономерности формирования инновационной культуры // МНКО. – 2009. – №1. – С.207,208



«информационная», «проектная культура специалиста» для характеристики высокого уровня компетенций специалиста, необходимого для успешной инновационной деятельности в профессиональной среде<sup>90</sup>. Такое понимание инновационной культуры отражено во множестве работ, где авторы рассматривают механизмы формирования инновационной культуры педагогов, студентов, работников государственной службы и т.п.<sup>91</sup>. Высокий уровень понимаемой таким образом инновационной культуры мыслится некоторыми из них (Долгова В.И.) как необходимое условие эффективности всякого труда.

Однако и в этом случае представления исследователей о сущности инновационной культуры специалиста, как и в других вариантах осмысления феномена инновационной культуры, не являются однородными. Например, Е.Д. Афанасьева и Л.Г. Борисова, рассматривая вопросы управления процессом становления, формирования и развития инновационной культуры педагогов, определяют инновационную культуру как высшее проявление общекультурных профессиональных и личностных качеств<sup>92</sup>. Как можно заметить, конкретизация того, что же подразумевается под высшим проявлением и как это проявление связано с инновационностью, отсутствует. Л.А. Холодкова считает, что «инновационная культура является понятием интегральным, а ее основными составляющими являются: культурный универсум, профессиональная культура,

---

<sup>90</sup> Дворецкий, С.И. Инновационно-ориентированная подготовка инженерных, научных и научно-педагогических кадров : монография / С.И. Дворецкий, Е.И. Муратова, И.В. Фёдоров. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – С.20-21

<sup>91</sup> Афанасьева Е.Д., Борисова Л.Г. Инновационная культура педагогов. URL: [http://www.websib.ru/noos/sociology/t\\_afanaseva](http://www.websib.ru/noos/sociology/t_afanaseva). (Дата обращения 09.09.2015); Бурлина Е.Я. Инновационная культура студентов: философская и социокультурная проблематика//«Жизнь плюс наука»: философские и социокультурные аспекты инноваций Бурлина Е.Я., Крюков Н.Н., Колсанов А.В., Педченко О.П., Кузовенко; Инновационная культура бакалавров и магистров психолого-педагогического образования. Коллективная монография. СПб.: Книжный дом, 2011. – 225с; Климина Л.В. Инновационная культура педагогов дошкольного образования//Детский сад от А до Я. – 2015. – №1(73). – С. 86-96; Коновалова М.В. Инновационная культура в системе государственной службы: факторы и проблемы формирования// Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). – 2014. – №1. – С. 34-49. Панова И.Е. Методологические основы формирования инновационной культуры специалиста// Мир образования – образование в мире. – 2010. – №3. – С.60-64 Солтамурадова Х.М. Реализация индивидуального подхода в развитии инновационной культуры у преподавателей вуза // Научно-теоретический журнал «Ученые записки». – 2007. – №4(26). – С.89-93; Эркенова А.В. Инновационная культура будущего педагога как компонент профессиональной компетентности //Образование. Наука. Инновации: Южное измерение. –2014. – № 2 (34). – С. 141-150. Холодкова Л.А. Формирование инновационной культуры субъектов военного профессионального образования: теория и практика//дисс... доктора педагогических наук / Санкт-Петербург, 2005

<sup>92</sup> Афанасьева Е.Д., Борисова Л.Г. Инновационная культура педагогов URL: [http://www.websib.ru/noos/sociology/t\\_afanaseva](http://www.websib.ru/noos/sociology/t_afanaseva). (Дата обращения 09.09.2015)

культура творчества, культура в области права интеллектуальной собственности, культура восприятия нового, культура управления, физическая культура»<sup>93</sup>. Г.А.Сафарова отмечает многообразие подходов к определению содержательных характеристик понятия «инновационная культура педагога». Так, в трудах одних исследователей (Е.В. Бондаревской и Т.М. Ковалевой) инновационная культура включает в себя гуманистическое мировоззрение, ценности, профессиональные знания и умения, гуманитарную культуру педагога. В других исследованиях (Л.Е. Елизаровой, В.В. Краевского, А.М. Саранова, В.И. Слободчикова и др.) инновационная культура педагога определяется как особая форма функционирования педагогического сознания, управляющего мнением человека и проявляющегося в его методологических знаниях и умениях. Сама же Г.А. Сафарова предлагает определять инновационную культуру педагога как «интегративное свойство личности организовывать и осуществлять инновационную деятельность в достижении нового качества общего образования и осуществлять инновационные проекты в образовательном процессе современной школы»<sup>94</sup>.

Наиболее содержательным и близким к пониманию инновации как новшества, хотя и вне экономического контекста, нам представляется определение, данное С.Г. Григорьевой. Рассматривая инновационную культуру в качестве педагогического феномена, она определяет ее как профессиональное качество педагога, определяемое постоянным поиском нового в цели, содержании, методах и формах обучения и воспитания учащихся, созданием педагогических новшеств и их оценкой педагогическим сообществом, использованием и применением всего нового, прогрессивного на практике<sup>95</sup>.

В-четвертых, термин инновационная культура употребляется для обозначения качественных характеристик организационной культуры

---

<sup>93</sup> Холодкова Л.А. Формирование инновационной культуры субъектов профессионального образования//Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2006. – Т. 6. – № 14. – С.84

<sup>94</sup> Сафарова Г.А. Инновационная культура педагогов в региональной системе образования: социологический анализ//Образование. Наука. Инновации. –2011. –.№ 3(18). –С. 16-17

<sup>95</sup> Григорьева С.Г. Основные механизмы функционирования инновационной культуры педагога начальной школы// Вектор науки ТГУ. – 2011. – № 3 (6). – С.90

предприятия<sup>96</sup>. Синонимами понятия инновационная культура в этом случае выступают «инновационный тип корпоративной культуры»<sup>97</sup>, «культура инновационной деятельности»<sup>98</sup>. В этом направлении феномен инновационной культуры разрабатывается, как правило, с позиций менеджмента и в рамках социологии организаций, и именно в таком аспекте инновационная культура рассматривается зарубежными исследователями. Так, Б.Г. Тукумцев отождествляет понятие инновационная культура с понятием культура инновационной деятельности. В частности, он пишет: «Определение понятия «инновационная культура» может быть таким: культура инновационной деятельности – это система ценностей, социальных норм, обычаев, правил и поведенческих практик в сфере инновационной деятельности, которая сложилась (под воздействием управленческих мер и неформальных практик, а также естественно- исторически) в организациях, учреждениях и в значительной степени определяет инновационное поведение акторов инновационной деятельности»<sup>99</sup>. Е.А. Ларичева рассматривает инновационную культуру как тип корпоративной культуры, противостоящий по своим характеристикам культуре консервативного типа. По ее мнению, инновационная культура – это высшее проявление общекультурных, профессиональных и личностных качеств, это определенная рабочая атмосфера, которая создает и поддерживает условия для раскрытия творческого потенциала компании. Такая культура мотивирует сотрудников и придает им уверенность в том, что их усилия по созданию новых продуктов или услуг будут поддержаны и поощрены. Основой для построения

---

<sup>96</sup> Акулич М.В. Корпоративная инновационная культура: управление инновациями и развитие воображения// Управление корпоративной культурой. – 2011. – №4. – С. 282-289. Ахалая О.А. Инновационная культура как элемент организационных изменений// Труды СПбГТУ. –2013. –№515. – С. 108-113; Буйко В.В. Инновационная культура в управлении промышленными предприятиями// дисс.... кандидата социологических наук / Москва. 2004; Крылова Ю.В. Инновационная культура российских предприятий//Управление инновациями. Материалы международной научно-практической конференции. Под редакцией Р.М. Нижегородцева. – Москва, 2008. – С. 71-74. Ларичева Е.А. Развитие инновационной культуры на предприятии// Вестник Брянского государственного технического университета. –2009. – № 2(22) –С.128-133; Меленькина С.А. Современное состояние взаимодействия инновационной культуры и конкурентоспособности промышленного предприятия// Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1; Роздольская И.В. Инновационная культура – стратегический ресурс организаций потребительской кооперации//Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2003. –№1. – С. 86-94.

<sup>97</sup> Петров В.В. Инновационная культура в экономике знаний// Инновационная деятельность. –2009. –№3. –С.31

<sup>98</sup>Тукумцев Б.Г. Социологический анализ культуры инновационной деятельности в научных учреждениях//Инновации. – 2008. – № 10(120). – С.90.

<sup>99</sup> Там же.

инновационной культуры являются общие ценности, верования, нормы поведения и иные элементы культуры личности как топ-менеджмента, так и рядовых сотрудников<sup>100</sup>. Рассматривая инновационную культуру в этом ключе, исследователи пытаются выделить ее специфические особенности. Например, по мнению В.В. Петрова, инновационный тип культуры характеризуется высоким образовательным уровнем персонала; творческой обстановкой в организации; стремлением к постоянному самоусовершенствованию и экспериментированию; готовностью к риску и изменениям; динамизмом. Такая культура поощряет работников к созданию нового<sup>101</sup>. М.А. Насекина, Е.А. Малышкина и Е.А. Прокофьева считают, что инновационная культура – это система распространенных в компании норм и ценностей, обеспечивающая высокий уровень восприятия, инициации и реализации инноваций<sup>102</sup>.

Как можно заметить, рассмотрение инновационной культуры в качестве особого типа организационной культуры предприятия, стимулирующего создание и распространение инноваций, концентрируется, как правило, вокруг практических вопросов формирования и распространения ценностей инновационной деятельности, разработки нормативов ее осуществления, создания социокультурной среды, способствующей повышению мотивации сотрудников к инновационной деятельности, то есть на выделении компонентов организационной культуры и способах ее формирования.

В-пятых, понятие инновационная культура может использоваться для обозначения определенного типа экономической или хозяйственной культуры. Анализ феномена инновационной культуры в таком аспекте встречается пока гораздо реже, чем в рассмотренных выше значениях. Между тем, именно в таком

---

<sup>100</sup> Насекина М.А., Малышкина Е.А., Прокофьева Е.А. Инновационная культура как стратегический ресурс современных организаций //The dominant of the humanism principle in modern social concepts and the civilized practice of public relations Peer-reviewed materials digest (collective monograph) published following the results of the C International Research and Practice Conference and I stage of the Championship in Economics and Management, Jurisprudence, Sociological, Political and Military sciences (London, April 21 - April 25, 2015). London, 2015. – С. 30-33

<sup>101</sup> Петров В.В. Инновационная культура в экономике знаний// Инновационная деятельность. –2009. –№3. –С.28-32

<sup>102</sup> Насекина М.А., Малышкина Е.А., Прокофьева Е.А. Инновационная культура как стратегический ресурс современных организаций// The dominant of the humanism principle in modern social concepts and the civilized practice of public relations Peer-reviewed materials digest (collective monograph) published following the results of the C International Research and Practice Conference and I stage of the Championship in Economics and Management, Jurisprudence, Sociological, Political and Military sciences (London, April 21 - April 25, 2015). London, 2015. – С. 30-33

аспекте был предложен анализ инновационной культуры А.Ф. Валеевой еще в 1993 году, а сегодня под таким углом зрения предлагают анализировать феномен инновационной культуры Е.А. Траутман<sup>103</sup>, Д.С. Вахрушев<sup>104</sup>, С.А. Меленькина и О.Г. Тужикова.

Так, Е.А. Траутман рассматривает инновационную культуру как культуру, соответствующую темпам современного социально-экономического развития – духовно-культурной системы инновационного типа и инновационной экономической культуре. Как и любой другой тип экономической культуры, экономическая культура инновационного типа представляет собой совокупность экономических стереотипов поведения и экономических знаний. Однако ее основным отличием является большая гибкость и открытость к темпам научного прогресса. Д.С. Вахрушев полагает, что инновационная культура это специфическая культура экономической деятельности субъектов экономической системы, развитию которой будет способствовать адекватная инновационная среда. Используя термин «инновационная культура экономической системы», он исходит из того, что институциональное объяснение экономического развития должно учитывать характер культуры, в условиях которой это развитие происходит. По его мнению, сущность инновационной культуры заключается в создании необходимой среды, организации оптимальных способов взаимодействия, способствующих развитию инновационной деятельности, и проявляется в технологии ее воспроизводства: на основе рефлексии и коррекции всех параметров экономической деятельности.

С позиции С.А. Меленькиной, инновационная культура – это комплексное понятие, отражающее образовательный, научно-технический, физиологический потенциал и, следовательно, готовность индивида или предприятия к созданию и освоению новшеств для обеспечения его конкурентоспособности в условиях

---

<sup>103</sup> Траутман Е.А. Инновационная экономическая культура как фактор формирования социально-экономической системы инновационного типа//Актуальные вопросы образования и науки. 2014. – С. 136-137.

<sup>104</sup> Вахрушев Д.С. Инновационная среда как значимый фактор формирования инновационной экономики: институциональный подход// Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. – 2015. – № 1. – С. 6.

рыночной экономики<sup>105</sup>.

В свою очередь О.Г. Тужикова дает следующее определение инновационной культуры. «Реальная восприимчивость людей к новшествам в экономике, образовании, управлении, способность и готовность их понять, поддержать и превратить в товары, услуги, методы – это и есть инновационная культура, называемая сегодня стратегическим ресурсом инновационной экономики<sup>106</sup>.

Необходимо отметить наличие определений, которые не вписываются в предложенную нами классификацию. Например, А.Е. Чучин-Русов полагает, что инновационная культура представляет собой единый (синкретический), одновременно протекающий в разных социокультурных структурах (симультанный), непрерывный процесс, состав реакционной массы которого постоянно меняется. Форма и содержание этого процесса, как и любого другого, определяются его термодинамикой (энергетикой, стратегией движения) и кинетикой (характером протекания во времени, тактикой)<sup>107</sup>. По мнению С.В. Реттих, инновационная культура предстает как система современных ценностей, представлений о жизни, выразительных средств (применяемых в искусстве и литературе) и поведенческих кодов, общих для людей, связанных одной формой (способом) жизни<sup>108</sup>. И. В. Силина определяет инновационную культуру как высшее проявление общекультурных профессиональных и личностных качеств<sup>109</sup>. В представлении Е.Н. Махова, «грамотное, опирающееся на научные разработки ведение кадровой работы – это инновационная культура»<sup>110</sup>. По мнению Л.А. Холодковой, инновационная культура представляет собой комплексный

---

<sup>105</sup> Меленькина С.А. Современное состояние взаимодействия инновационной культуры и конкурентоспособности промышленного предприятия // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1; URL: <http://www.science-education.ru/121-18869> (дата обращения: 26.08.2015).

<sup>106</sup> Тужикова О.Г. Инновационная культура в предпринимательстве // Ученые записки Петрозаводского государственного университета. Серия: Общественные и гуманитарные науки. – 2013. – №.3 (132). – С.113

<sup>107</sup> Чучин-Русов А.Е. Культурно-исторический процесс: форма и содержание // Вопросы философии. – 1996. – №4. – С. 3–14

<sup>108</sup> Реттих С.В. Актуализация изучения инновационной культуры в культурологии. // Вестник алтайской академии экономики и права. – 2011. – №1 (19). – С.24

<sup>109</sup> Карамаликова Н.В. Формирование инновационной культуры студентов педагогического колледжа в условиях внедрения новых ФГОС // Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева. – 2014. – № 3 (83). – С. 144

<sup>110</sup> Махов Е.Н. Инновационная культура в кадровой сфере. – М.: Воскресенье, 2001. – 183 с.

социальный феномен, органически объединяющий вопросы науки, образования, культуры с социальной и, прежде всего профессиональной практикой в различных сферах общества<sup>111</sup>. Можно встретить и такое высказывание: «В большинстве случаев термин «инновационная культура» используется в научной литературе для того, чтобы подчеркнуть, что сейчас недостаточно говорить просто о знаниях, навыках, умениях, необходимых для инновационной деятельности, но и важно понимание, каким образом личность взаимодействует с этими знаниями, как новые знания могут влиять на структуру и её внутренний мир<sup>112</sup>.

На наш взгляд, эти определения порождают сомнения в возможности их применения.

Несмотря на отмеченное нами разнообразие подходов к определению инновационной культуры, в них можно выделить и ряд общих моментов. Так, инновационная культура всеми без исключения исследователями оценивается исключительно положительно, поскольку она оказывает «позитивное влияние на мотивационную сферу, восприимчивость людей к новым идеям, их готовность и способность к поддержке и реализации новшеств, а применительно к сфере экономической деятельности она способна выступить той силой, которая введет в оборот технологические, организационные и другие новшества, обеспечивающие стремительное инновационное развитие стран и целых континентов и т.п.»<sup>113</sup>.

В связи с тем что в современных условиях инновационная культура рассматривается исследователями как стратегический фактор организационного, социально-экономического и общественного развития в целом, то закономерно возникает вопрос о возможностях целенаправленного формирования и развития инновационной культуры. И здесь необходимо отметить, что в каком бы контексте не использовался термин «Инновационная культура», авторы убеждены в возможности и необходимости целенаправленного формирования

---

<sup>111</sup> Холодкова Л.А. Формирование инновационной культуры субъектов военного профессионального образования: теория и практика: Дис. ... докт. пед. наук. – Санкт-Петербург, 2005. – 377с

<sup>112</sup> Анисимов Н. М. Инновационная культура учителя физики. – М.: МАНПО, 1999. – 278с.

<sup>113</sup> Лисин Б.К. Инновационная культура//Инновации. – 2008. – №10 (120). – С.50

инновационной культуры, в связи с чем исследователи акцентируют свое внимание на механизмах и методах формирования инновационной культуры, будь это культура организации, общества, личности в целом, или личности как субъекта трудовой, профессиональной деятельности<sup>114</sup>.

Кроме того, можно отметить попытки выделить некоторые характеристики инновационной культуры (высокая/невысокая, антикультура), а также уровни ее развития. Однако большинство исследователей не дают объяснений, что они подразумевают под высокой или низкой культурой и только Б.Г. Тукумцев конкретизирует, что может пониматься под высокой или низкой инновационной культурой. Он пишет: «Инновационная культура того или иного научного учреждения, организации может оцениваться как высокая или низкая в зависимости от того, в какой степени культурные нормы, правила и ценности данной организации содействуют успешной реализации целей инновационной деятельности, а также какая часть участников идентифицирована с этими ценностями, целями, нормами и правилами<sup>115</sup>.

Как можно отметить по результатам произведенного нами анализа использования дефиниции «инновационная культура», среди исследователей не просто отсутствует единство подходов к определению феномена, но наличествует чрезвычайно широкая трактовка термина. Кроме того, термин «инновационная культура» не получил в трудах исследователей достойной теоретической проработки. Исследователи обращаются с терминами «культура» и «инновационная культура» достаточно вольно, используя его для характеристики чрезвычайно широких и далеких друг от друга явлений. Инновационная культура определяется каждым исследователем согласно сфере его научных интересов и собственным представлениям о том, что же должна включать в себя инновационная культура. Между тем такая неопределенность в осмыслении феномена, наглядно проявляющая себя в многозначности определений, не только

---

<sup>114</sup> Панова И.Е. Методологические основы формирования инновационной культуры специалиста//Мир образования – образование в мире. – 2010. – №.3. – С.60-64

<sup>115</sup>Тукумцев Б.Г. Социологический анализ культуры инновационной деятельности в научных учреждениях// Инновации. – 2008. – № 10(120). – С.90.



препятствует его адекватному осознанию, но и делает невозможным формирование инновационной культуры. Кроме того, в массе исследований, проводимых социологами, педагогами, экономистами, философами, отсутствуют, собственно, работы культурологов, более уместные, на наш взгляд, при анализе культурных явлений.

Таким образом, феномен инновационной культуры был впервые выявлен в середине 90-х гг. XX в., сначала в социологическом исследовании российского ученого, посвященном изучению факторов развития предпринимательской активности, а затем в отчете Европейской комиссии. Начиная с 90-х гг XX в., происходит экспоненциальный рост количества исследований, посвященных изучению инновационной культуры как одного из основных факторов инновационного развития. К настоящему времени можно выделить следующие основные области использования термина:

- инновационная культура общества как особая форма культуры, особенности которой способствуют производству, принятию и распространению новшеств во всех сферах жизнедеятельности человека;
- инновационная культура личности как совокупность качеств человека, определяющих его позитивное отношение к инновациям;
- инновационная культура субъекта производственной, профессиональной деятельности как совокупность качеств, определяющих возможность и успешность инновационной деятельности в профессиональной сфере;
- инновационная культура предприятия как разновидность организационной культуры;
- инновационная культура как современная форма экономической культуры.

Термин «инновационная культура» может использоваться как для характеристики состояния общества, так и для характеристики личности, рассматриваться исследователями в качестве формы экономической культуры общества, и формы организационной культуры предприятия. Однако, вне зависимости от того, какого подхода в понимании инновационной культуры

придерживаются исследователи, они едины в том, что она должна обеспечивать позитивное отношение к инновациям, их производство, восприятие и распространение.

#### **1.4 Экономическое измерение инновационной культуры**

Инновационная культура формируется под влиянием институтов инновационной экономики, в связи с чем выражает интересы и аккумулирует ценности и поведенческие программы, реализация которых способствует эффективной деятельности по созданию новых продуктов или услуг с целью получения прибыли, т.е. проявляет себя как экономическая культура. Поэтому необходимо рассмотреть особенности экономической культуры с целью определить, является ли инновационная культура экономической культурой современного общества, как это предполагают некоторые исследователи, или это более широкий феномен.

Как справедливо отметил В. А. Кузнецов, «в плоскости соотношения феноменов культуры и экономики формируется относительно самостоятельный феномен, который можно назвать как феномен экономической культуры. При рассмотрении данного феномена становится видно, что он уже не представляет собой ни феномен культуры, ни феномен экономики в их чистом виде. Это обстоятельство, в свою очередь, дает возможность говорить о наличии определенной специфики феномена экономической культуры относительно культуры в целом»<sup>116</sup>.

Проблематика экономической культуры к настоящему времени уже достаточно хорошо разработана в отечественной литературе, что проявляется и в разнообразии дефиниций экономической культуры и значительном количестве работ, посвященных определению ее сущности и структурных элементов.

---

<sup>116</sup> Кузнецов В.А. Экономическая культура: проблема онтологического статуса// Дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. – Самара, 2005. – 162 с.

Начало специальному рассмотрению экономической культуры было положено в работе А.Н. Пономарева, В.Д. Попова и В.П. Чичкалова «Экономическая культура: сущность, направления развития». Авторы рассматривают экономическую культуру как одну из сфер культуры, как системное качество, присущее социальным слоям и отражающее основные экономические явления и отношения, экономический опыт общества и личности, их потребности и цели. Последующий анализ экономической культуры как системного явления проводился в трудах социологов (Т.И. Заславская, Р.В. Рывкина, Г.Н. Соколова), экономистов (Радаев В.В., Я.И. Кузьминов, Е.Я. Брацлавская), педагогов (В.Е. Каргаполов), философов (Н.Н. Зарубина, К.Ф. Завершинский, В.А. Кузнецов), культурологов (В.К. Королев, В.Л. Лютов, Р.П. Трофимова, Е.И. Филонова и др.).

В соответствии со сферой своих исследований и используемой теоретико-методологической основой, представители вышеперечисленных областей знания предлагают различные определения экономической культуры, а также выделяют различные структурные элементы экономической культуры как системы.

Так, социологи акцентируют внимание на регулятивном компоненте экономической культуры, определяя ее как «одну из важнейших предпосылок экономического поведения, совокупность социальных ценностей и норм, являющихся регуляторами экономического поведения и выполняющих роль социальной памяти экономического развития: способствующих (или мешающих) трансляции, отбору и обновлению ценностей, норм и потребностей, функционирующих в сфере экономики и ориентирующих ее субъектов на те или иные формы экономической активности. Процессы, в которых проявляется роль культуры как социальной памяти общества, осуществляются как функционирование элементов культуры – ее ценностей (не обязательно отрефлексированных представлений о том, что является правильным, важным для человека и общества); социальных норм (типичных предписаний действий,

формы реализации ценностей); потребностей (интересов)»<sup>117</sup>. Однако подобный подход к экономической культуре не позволяет объяснить протекающие в культуре процессы обновления (особенно актуальные в связи с темой нашего исследования). Кроме того, акцент на ценностном компоненте культуры как целого отсылает нас к аксиологической концепции культуры, отличающейся, как было показано в п. 1.1., определенной долей ограниченности. Однако именно эта позиция получает широкое распространение и поддержку в трудах некоторых философов. Например, в русле аксиологического подхода, на наш взгляд, находится определение, данное В.А. Кузнецовым, рассматривающим экономическую культуру в качестве социального феномена, формирующегося в области сопряжения механизмов функционирования культуры и экономики, функция которого заключается в парадигмальном конституировании существующих социально-экономических отношений сообразно с аксиологическими установками рационального мышления<sup>118</sup>.

Экономисты рассматривают экономическую культуру в рамках институционального направления экономической теории, где основными подходами к анализу культуры были понимание ее как организационной культуры фирмы (функциональный подход) и как совокупности культурных особенностей хозяйственной системы определенного общества (подход с позиции исторического компаративистского институционального анализа (Historical Comparative Institutional Analysis)). Анализ экономической культуры в подобном ключе можно встретить в работе ректора Национального университета ВШЭ Я.И. Кузьмина, где он определяет экономическую культуру как совокупность институционализированных способов деятельности, которыми конкретные общества, группы и индивиды адаптируются к экономическим условиям своего существования<sup>119</sup>. Е.Я. Брацлавская, исследуя содержание экономической культуры общества на базе использования воспроизводственного, эволюционного

---

<sup>117</sup> Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни: очерки теории/ отв. Ред. А.Г. Аганбегян. – Новосибирск.: Наука, 1991. – С. 111-112

<sup>118</sup> Кузнецов В.А. Экономическая культура: проблема онтологического статуса// Дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. – Самара, 2005. – 162 с.

<sup>119</sup> Кузьминов Я.И. Теоретическая экономическая культура современной России//ОНиС. – 1993. – С.44-57

и институционального подходов, определила экономическую культуру общества как специфическую форму социального капитала, который распределен между субъектами хозяйственного процесса, функционирует в данном процессе, самовозрастает и накапливается, обеспечивая посредством регулятивных нормативов упорядоченность, самоорганизацию, эффективность и устойчивость функционирования и развития системы экономических отношений<sup>120</sup>. Попытку синтеза аксиологического и институционального подходов можно отметить в определении американского экономиста, профессора кафедры делового администрирования Гарвардской школы бизнеса Майкла Портера. Он считает, что экономическую культуру можно определить как совокупность убеждений, установок и ценностей, имеющих отношение к экономической деятельности индивидов, организаций, институтов<sup>121</sup>. В то же время В.В. Радаев делает акцент на личностной направленности содержания экономической культуры. Отождествляя экономическую культуру с хозяйственной, он понимает под «хозяйственной культурой» совокупность профессиональных знаний и навыков, хозяйственных норм, ценностей и символов, необходимых для самоидентификации и выполнения самых разнообразных хозяйственных ролей<sup>122</sup>.

Культурологические исследования сосредотачиваются вокруг исследований как экономической, так и хозяйственной культуры, причем некоторые исследователи эти понятия отождествляют, а некоторые считают хозяйственную культуру более широким явлением, чем экономическую. Так, О.Л. Леонова приводит следующее определение хозяйственной культуры: «хозяйственная культура – это особая социализированная сфера культуры, связанная с формированием, организацией и воспроизведением отношений между членами общества, складывающихся в процессе их совместной деятельности, направленной на жизнеобеспечение, на удовлетворение их первичных

---

<sup>120</sup> Брацлавская Е.Я. Функции культуры собственности в процессе развития системы экономических отношений//дисс... кандидата экономических наук. – Владикавказ, 2007.

<sup>121</sup> Портер М. Установки, ценности, убеждения и микроэкономика процветания// Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона. –М.: Московская школа политических исследований, 2002. – С.55

<sup>122</sup> Радаев В.В. Экономическая социология: курс лекций. – М.: Аспект-Пресс, 1997. –С.80

потребностей в пище и жилище, а также потребностей в иных товарах и услугах»<sup>123</sup>. Вызывает сомнения определение «социализированная», применяемое для характеристики сферы культуры. В целом можно согласиться с В.К. Королевым, который полагает, что адекватность совокупности элементов, составляющих, по мнению О.Л. Леоновой, хозяйственную (экономическую) культуру, содержанию рассматриваемого явления, компенсируется их разнородностью, отсутствием обоснования критериев выделения, субординации или координации<sup>124</sup>. Несмотря на очевидные недостатки, это определение воспроизводится и в Энциклопедическом словаре «Культурология»<sup>125</sup>, а определение экономической культуры в нем же отсутствует. Э. А. Орлова и А. Я. Флиер, выделяя хозяйственную культуру как сферу жизнедеятельности в области «культуры социальной организации и регуляции»<sup>126</sup>, тем не менее, не дают ей определения. Н. Г. Багдасарьян использует термин «экономическая культура» и отмечает, что в рамках социального взаимодействия, где люди решают задачи макроуровня и микроуровня жизни и деятельности, эта сфера может рассматриваться в двух аспектах. Во-первых, как определенная модель (или тип) организации совместной жизни людей, включающая в себя систему соответствующих социальных институтов. Во-вторых, в аспекте влияния на хозяйственную культуру субъективных факторов: стереотипы экономического сознания, мотивы поведения агентов хозяйственной деятельности в профессиональной и повседневной сферах<sup>127</sup>. Можно отметить, что это определение является еще одной попыткой синтезировать институциональный и аксиологический подходы.

Детальную разработку феномен экономической культуры получил в трудах представителей ростовской культурологической школы (В.К. Королев, М.А.

---

<sup>123</sup> Леонова О. Феномен хозяйственной культуры. // Российский экономический журнал. – 1993. – № 9.

<sup>124</sup> Архипов А.Ю., Евграфова О.В., Зотова Т.А., Королев В.К. Экономическая культура. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост.ун-та, 2006. –С.18

<sup>125</sup> Хоруженко К.М. Культурология. Энциклопедический словарь. . – Ростов-на-Дону: Изд-во «Феникс», 1997. – 640 с.

<sup>126</sup> Флиер, А. Я. Культурология для культурологов: Учеб. пособ. для магистрантов и аспирантов, докторантов и соискателей. – М.: Академический проект, 2002.

<sup>127</sup> Багдасарьян, Н. Г. Культурология: учебник для вузов. – М.: Высшее образование, 2007. – С.366

Акимкина, В.Л. Лютов, Е.И. Филонова и др.). С учетом специфики культурологического знания и понимания культуры, Е.И. Филонова на основе синтеза аксиологической и деятельностной концепций культуры предлагает следующую дефиницию экономической культуры. Экономическая культура – это целостная ценностно-нормативная система, определяющая экономическое поведение субъектов и очерчивающая всё возможное поле экономической деятельности с точки зрения смыслов, мотивов, моральной и правовой приемлемости, выполняющая роль связующего звена между культурой как технологией технологии жизнедеятельности человека и экономикой в широком смысле, «канала», через который происходит интеграция экономики в культуру в целом<sup>128</sup>.

Наиболее полное и содержательное определение, позволяющее учесть многоаспектность экономической культуры как явления, дал В.К. Королев, который понимает экономическую культуру как осмысление и реализацию способностей человека как субъекта социальной деятельности по воспроизводству и развитию материального обеспечения своей общественной жизни. Он выделяет несколько значений понятия «экономическая культура». В широком смысле понятие экономическая культура выражает характер экономической деятельности человека в обществе, воплощаемый конкретными особенностями производства, распространения (передачи) и обновления доминирующей в обществе в данное время системы ценностей экономической деятельности. В более узком смысле экономическая культура воплощает специфический для данного общества социально транслируемый уровень развития способностей человека как субъекта экономической деятельности, воплощаемый ее результатами – предметами, отношениями (ценностями). И в наиболее специализированном варианте под экономической культурой можно понимать сферу культуры как целостность, профессионально специализирующуюся на воспроизводстве субъекта экономической

---

<sup>128</sup> Филонова Е.И. Экономическая культура современной России в контексте Постмодерна. URL:<http://cheloveknauka.com/ekonomicheskaya-kultura-sovremennoy-rossii-v-kontekste-postmoderna#ixzz41yvjr96> (Дата обращения 25.10.2015)

деятельности<sup>129</sup>.

В соответствии со своими представлениями о сущности экономической культуры, исследователи выделяют ее различные уровни и структурные элементы.

Так, Р.В. Рывкина выделяет два уровня экономической культуры – личностный и социальный, где личностный уровень составляют ценности, нормы, мотивы, ориентации, определяющие непосредственно экономическую деятельность людей, а социальный – совокупность закрепившихся в повседневной практике экономической деятельности ценностей, норм и стереотипов поведения, ставших массовыми, доминирующими и поэтому определяющими ее характер.

Непосредственно в структуре экономической культуры она выделяет «маргинальный» и «центральный» элементы, где первый представлен локальными субкультурами узких специалистов высокого уровня, а также экстремальными формами, возникающими в определенных обстоятельствах, а второй воплощает обыденную, повседневную экономическую жизнь широких масс в течение длительного времени.

Я. И. Кузьминов, в свою очередь, выделяет три уровня экономической культуры, которыми выступают: массовое экономическое сознание; культура лиц, принимающих инвестиционные и распорядительные решения в государственных, общественных и частных структурах; теоретическая культура<sup>130</sup>.

В.К. Королев предлагает рассматривать в качестве структурных элементов ценности, формирующие способ экономической деятельности, и выделяет следующие группы ценностей:

– культурологические, такие как трудовая этика, трудовые обычаи, символы, выражающие смысл экономической деятельности, ее цели, характер взаимодействия традиций и новаций, а также способы трансляции позитивного экономического поведения и борьбы с негативным;

---

<sup>129</sup> Архипов А.Ю., Евграфова О.В., Зотова Т.А., Королев В.К. Экономическая культура. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост.ун-та, 2006. –С.22

<sup>130</sup> Кузнецов В.А. Экономическая культура: проблема онтологического статуса// Дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. – Самара, 2005. – 162 с.



– ментальные, к которым он относит экономическое мышление, экономические знания, трудовую ментальность как особенности обыденного сознания людей, занимающихся экономической деятельностью;

– социально-психологические, под которыми он понимает экономические потребности, мотивы экономической деятельности, ориентации, установки, стереотипы экономического поведения людей, модели экономического поведения.

На основании вышеизложенного можно отметить, что область исследования экономической культуры продолжает оставаться дискуссионной по вопросам определения ее сущности, уровней, структуры, основных элементов, функций. Кроме того, стремление учитывать культурные факторы в экономических исследованиях, воплощающееся в понятии экономической культуры, порождает проблему установления направления причинно-следственной связи между экономикой и культурой, а, следовательно, определения того, что составляет первооснову экономической культуры – культура или экономика. В процессе ретроспективного анализа этой проблемы здесь можно выделить две основные точки зрения:

– сложившиеся исторически культурные факторы определяют особенности экономического развития. Например, В.А. Кузнецов считает, что экономическую культуру целесообразнее рассматривать как проекцию культуры на плоскость экономических процессов, а не наоборот. По его мнению, в содержании экономической культуры присутствует больше различных компонентов и составляющих от феномена культуры, нежели от феномена экономики<sup>131</sup>. Эта позиция берет свое начало в трудах представителей немецкой исторической школы, которые доказывали, что экономические законы напрямую зависят от культурных и исторических обстоятельств в жизни общества. Далее она получила развитие в исследованиях основателей институциональной экономической теории и новой институциональной экономической теории. Сегодня эта точка зрения

---

<sup>131</sup> Кузнецов В.А. Экономическая культура: проблема онтологического статуса : проблема онтологического статуса// Дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. – Самара, 2005. – 162 с.

также имеет своих последователей, причем не только в среде культурологов, но и среди экономистов. Так, по мнению профессора Школы бизнеса Джорджтаунского университета С. Линдсея «Культура – весьма примечательная детерминанта способности нации к процветанию, поскольку именно она формирует представления индивидуумов о риске, вознаграждении и перспективах. Культурные ценности существенны, поскольку под их влиянием складываются принципы организации экономической жизни»<sup>132</sup>. Американский экономист, историк экономики, профессор истории и экономики Гарвардского университета Дэвид Лэндис утверждает, что «главная мысль, которую можно вынести из истории экономики, заключается в том, что почти все в ней объясняется культурой»<sup>133</sup>.

Однако определяющая роль культурных ценностей в экономических процессах прошлого была обусловлена тем, что как отметил М.Портер, исторически эти факторы были весьма устойчивыми и накладывали заметный отпечаток на экономическую конфигурацию социальных систем. Сегодня же развитие глобальной экономики и культуры, включение стран в мировые экономические отношения и систему мирового разделения труда, а также конвергенция экономических идей наряду с огромным давлением, которое современная экономика оказывает на социумы, трансформируя их убеждения, установки и ценности в духе «парадигмы производительности», нивелируют роль культурных факторов, поскольку масштабы влияния культурных переменных на выбор тем или иным обществом экономического пути заметно сокращаются<sup>134</sup>. Это актуализирует рассмотрение второго подхода к направленности причинно-следственной связи между культурой и экономикой. Согласно этому подходу, особенности культуры определяются направлениями и принципами

---

<sup>132</sup> Линдсей С. Культура, ментальные модели и национальное процветание// Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона. – М.: Московская школа политических исследований, 2002. – С.272

<sup>133</sup> Лэндис Д. Культура объясняет почти все // Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона. –М.: Московская школа политических исследований, 2002. – С.38

<sup>134</sup> Портер У. Установки, ценности, убеждения и микроэкономика процветания//Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона. – М.:Московская школа политических исследований,2002. – С.73

экономического развития (так, согласно К. Марксу, именно сложившаяся технология предопределяет доминирующую культурную систему в обществе). Экономисты Л. Гуизо, П. Сапиенза и Л. Зингалес доказывают, что в долгосрочной перспективе именно экономическая система и производственные отношения формируют культуру самого общества. Эту позицию разделяет и М. Портер, который считает, что «в своей основе экономическая культура прямо или косвенно проистекает из экономики. Исключения составляют лишь те убеждения, установки и ценности, которые производны не от экономических интересов, но от сугубо общинных или моральных норм. Стимулировать «производительную» (или «непроизводительную») экономическую культуру способны также религия и философия»<sup>135</sup>. Алекс Инхелес полагает, что «производственные новации» создают новые институциональные установки и задают новые роли для индивидов, а также «стимулируют... новые установки и ценности»<sup>136</sup>. По нашему мнению, Р.В. Рывкина также стоит на этой позиции, поскольку полагает, что экономическая культура охватывает только возникающие из нужд экономики и оказывающие на нее значимое (положительное или отрицательное) влияние ценности, нормы, потребности, предпочтения.

Таким образом, анализ основных позиций, касающихся изучения экономической культуры позволяет выделить в них следующие проблемные положения:

— экономическая культура понимается большинством исследователей, представителей, как экономической науки, так и социологии, философии и других областей гуманитарного знания или слишком широко или достаточно узко, поскольку ограничивается ценностно-нормативным компонентом культуры;

— в понимании экономической культуры и в выделении ее структурных компонентов доминирующим (как в трудах социологов и экономистов, так и в

---

<sup>135</sup> Портер М. Установки, ценности, убеждения и микроэкономика процветания//Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона. –М.: Московская школа политических исследований,2002. –С.69

<sup>136</sup> Фэйрбенкс М. Преобразуя сознание нации: о ступенях, ведущих к процветанию// Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу. Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона. – М.: Московская школа политических исследований,2002. – С.257

трудах философов и большей части культурологов) является аксиологический подход к пониманию культуры, а деятельностная концепция практически не используется;

– в связи с реализацией принципов аксиологического подхода, в качестве основных структурных элементов экономической культуры большинство исследователей выделяет ценности и нормы, обеспечивающие эффективность экономической деятельности;

– характер взаимодействия культуры и экономики, проявляющийся в феномене экономической культуры показан односторонне, либо как проекция культуры на экономику, либо как воздействие экономических институтов на систему культуры.

В равной степени эти проблемы могут быть отмечены и при рассмотрении инновационной культуры. Мы считаем, что в определении и рассмотрении феномена инновационной культуры должны быть отражено следующее.

Инновационная культура уже по определению является, с одной стороны, разновидностью культуры, возникающей в конкретных социально-исторических условиях, продуктом человеческой деятельности, в то же время, определяющей ее направления и способы осуществления. Рассмотрение инновации как понятия, обозначающего экономический феномен, делает оправданным анализ инновационной культуры как культуры, способствующей эффективной деятельности по созданию и распространению инноваций, рассматриваемых в качестве одного из факторов экономического развития, то есть как культуры, чьи структурные компоненты формируются под влиянием, в первую очередь, экономических интересов.

С другой стороны, выступая порождением общественного бытия человека, инновационная культура является составной частью культуры как целого, а значит, она должна имманентно заключать в себе все компоненты, выделенные при анализе культуры как целостной системы. Использование в качестве методологической основы исследования инновационной культуры деятельностной концепции позволяет выделить в качестве ее структурных

элементов следующие:

- качества человека как субъекта и объекта инновационной культуры: его потребности, способности и умения, знания, ценности и идеалы, которые формируются под влиянием инновационной культуры и способствуют как ее утверждению, так и развитию;

- институты трансляции и трансмутации (образовательные, экономические и пр.) и механизмы, при помощи которых инновационная культура осуществляет свое воздействие на человека, и соотношение которых обеспечивает ее функционирование;

- виды деятельности, в которых получают актуализацию и реализацию в социально-одобряемых и социально-поощряемых формах качества человека как субъекта и объекта инновационной культуры

- плоды регулируемых и направляемых инновационной культурой видов деятельности, образующие в совокупности неприродную, искусственную среду обитания человека как культурного существа, в их материальном выражении, результатах и процессах духовного производства, а также результатах художественного творчества, освоение которых, в свою очередь, порождает культурные качества каждого человека, функционирующего в данной социокультурной среде.

Взаимодействие экономики и культуры в рамках инновационной культуры имеет ярко выраженную двустороннюю направленность. Инновационная культура формируется под влиянием институтов инновационной экономики, в связи с чем выражает интересы и аккумулирует ценности и поведенческие программы, реализация которых способствует эффективной инновационной деятельности, понимаемой как деятельность по созданию новых продуктов или услуг с целью получения прибыли. Однако, с другой стороны, системный характер инновационной культуры неминуемо находит выражение в характерных для культуры в целом направлениях развертывания и воплощения: в появлении определенных, востребованных обществом качеств личности, в совокупности составляющих новую, особую модель человека – инновационную личность; в

институтах, посредством которых происходит формирование востребованных обществом качеств личности – в изменении соотношения трансляционных и трансмутационных институтов, выражающегося в доминировании последних, институционализации творчества и процессов обновления и модернизации; в новых характеристиках определенных видов человеческой деятельности – инновационной деятельности, а также в новых характеристиках социокультурной среды обитания – в материальном и духовном производстве, а также в искусстве. Последствия этих изменений влияют как на функционирование инновационной экономики, так и на культуру в целом, меняя соотношение механизмов трансляции и трансмутации.

Конкретизация содержания инновационной культуры по вышеуказанным направлениям, и рассмотрение ее соответствующих структурных элементов с позиции их реализации в современном обществе, позволяет не только выявить и проанализировать направления ее развития, позитивные и негативные результаты ее функционирования, но и составить прогноз относительно последствий распространения инновационной культуры и для личности, и для общества, как в локальном, так и в глобальном масштабе.

## **ГЛАВА II СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ГУМАНИТАРНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ**

### **2.1 Капиталистическое производство как фактор становления инновационной экономики<sup>137</sup>**

Поскольку инновационная культура рассматривается нами как культура, возникшая под влиянием экономических интересов современного общества, представляется необходимым обратиться к выявлению специфики инновационной экономики, как основной причины системных трансформаций культуры в целом, приведших к возникновению инновационной культуры.

Впервые определение «инновационная экономика», подчеркнувшее специфику современного этапа экономического развития, было дано в 2001 г. Джеффом Сэйперстайном и Даниэлем Руахом в работе «Создание регионального богатства в инновационной экономике: модели, перспективы и лучшие практики». В частности, они отметили: «одно из наиболее важных изменений на рубеже веков – это достаточно быстрое распространения явления, получившего название «новая экономика». Мы предпочитаем называть ее инновационной экономикой, так как в основе экономического роста через создание нового богатства лежит быстрое распространение изменений через инновации»<sup>138</sup>. Действительно, капиталистическая экономика на современном этапе своего существования отличается не просто значительными объемами инновационной деятельности, но фундаментальной зависимостью темпов, качества и направления ее развития от инноваций, которые

---

<sup>137</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях: Малахова Н.Н. Инновационная экономика как фактор трансформации научных институтов: глобальный уровень [Текст] / Н.Н. Малахова. // Научное обозрение. Серия 2: Гуманитарные науки. – 2015. – №1. – С. 15-21; Малахова Н. Н. Социально-философские аспекты трансформации трудовых отношений в инновационной экономике [Текст] / Н.Н. Малахова. // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета – 2015. – №4. – С. 32-38; Малахова Н.Н. Инновационная личность как производитель и потребитель: экономические и социокультурные последствия формирования и функционирования [Текст] / Н.Н. Малахова. // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. – 2015. – №1. – С. 127-137; Малахова Н.Н. Инновационная личность как модель экономического человека в современном обществе [Текст] / Н.Н. Малахова. // Философия права. – 2015. – №2 (69). – С. 73-78.

<sup>138</sup> Saperstein J., Rouach D. Creating Regional Wealth in the Innovation Economy: Models, Perspectives. – FT Press, 2002. – Р.2

рассматриваются сегодня в качестве основного конкурентного преимущества, двигателя экономического роста, а также фактора конкурентоспособности национальных государств в масштабах глобального рынка.

С одной стороны, для капиталистической экономики, в принципе, характерно развитие посредством создания и внедрения новых продуктов и технологий. Адам Смит ещё в конце XVIII считал, что «производительная сила одного и того же количества рабочих может быть увеличена только за счет увеличения или модернизации машин и орудий, облегчающих и сокращающих труд...»<sup>139</sup>. К. Маркс обратил внимание на тот факт, что рост органического строения капитала обусловлен тем, что в погоне за прибылью, в борьбе с конкурентами, капиталист вынужден применять новые технологии и машины. По мнению Й. Шумпетера, для капитализма характерны повторяющиеся структурные изменения, так называемые «штормы созидательного разрушения» (за которыми следуют волны развития и быстрого роста), создаваемые предпринимателями-новаторами, в процессе поиска новых продуктовых и торговых комбинаций и внедрения радикальных инноваций, осуществляемых с целью увеличения прибыли. Профессор экономики Массачусетского университета У. Лацоник обращает внимание на тот факт, что ключевой характеристикой капитализма является инновационное предпринимательство, под которым понимается взаимодействие индивидов в искусно управляемых бизнес-структурах, способных преобразовывать технологии и проникать на рынки с целью разработки более высококачественных и дешёвых продуктов, и образующих основу экономического роста<sup>140</sup>, а, по мнению Дэвида Харви, технические инновации – это обычная стратегия капитализма. Однако, как отметил Ю. Хабермас, несмотря на то, что «институциональное давление, связанное с необходимостью повышения производительности труда путем внедрения новой техники, всегда существовало при капитализме», на первоначальном этапе развития капитализма «инновации

---

<sup>139</sup> Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: в 2-х кн. – М.: Соцэкгиз, 1962. – С. 253.

<sup>140</sup> Лацоник У. Разновидности капитализма, рыночных сил и инновационного предпринимательства//Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2008. –Т.6. – №3. – С.11



зависели от спорадических изобретений, которые, хотя и могли быть экономически индуцированными, но все же имели характер естественно возникших вещей»<sup>141</sup>. Темпы появления и распространения инноваций, случайный и несистемный характер этих процессов, отсутствие эффективных организационных механизмов и технологий создания и внедрения новых продуктов и технологий не способствовали выделению процесса создания инноваций в качестве самостоятельного процесса и анализу его закономерностей. Кроме того, деятельность по созданию и распространению нового часто ограничивалась традицией, различного рода религиозными или моральными установками.

Впервые роль инноваций как важнейшего системного средства экономического развития отметил австрийско-американский экономист, известный исследователь теории капитализма и циклов деловой активности, профессор Гарвардского университета Йозеф Алоис Шумпетер (1883–1950). В своей работе «Теория экономического развития», вышедшей в 1911 г., он не только связал чередование подъемов и спадов в экономическом развитии со скачкообразным характером осуществления нововведений (инноваций), но и предположил возможность ускоренного преодоления очередного спада в экономике посредством радикальных технико-экономических нововведений. Также Й. Шумпетер выделил четыре основные разновидности инноваций, цель инновации, которая состоит в повышении отдачи от вложенных ресурсов и подчеркнул особую роль предпринимателя-инноватора как двигателя экономического развития. Наиболее полное воплощение (результатом чего стало становление и развитие непосредственно инновационной экономики) идеи Й. Шумпетера получили во второй половине XX в. в связи с особенностями протекания экономических процессов в послевоенном мире. Ненасыщенный послевоенный рынок не только стимулировал стремительный промышленный и экономический рост, но и позволял использовать традиционные методы конкуренции, такие, как увеличение количества выпускаемой продукции,

---

<sup>141</sup> Хабермас Ю. Техника и наука как «идеология/Пер. с нем. М.Л. Хорькова. – М: Праксис, 2007. – С.87

позволяющее снизить издержки, и, соответственно, – цену товара. Модернизация продукции и производства, его рационализация и диверсификация осуществлялись для их улучшения, а не для качественного изменения. Однако увеличение количества выпускаемых товаров уже к 70-м годам XXв. привело к насыщению рынка массовой продукцией и исчерпанию возможностей экстенсивного роста фирм. Кроме того, явившийся следствием стремительного экономического подъема, двукратный рост благосостояния населения развитых стран послужил причиной качественного изменения потребностей покупателей в сторону их индивидуализации. Последовавший за подъемом период экономического спада, усугубившийся энергетическим кризисом 1973-1975гг, а также формирование глобального рынка, позволявшего для снижения издержек выносить производство в страны с более дешевой рабочей силой, выход на рынок азиатских производителей, обладавших конкурентными преимуществами относительно цены товара, превратил существующее европейское индустриальное производство в нерентабельное, и сделал старые методы конкурентной борьбы неэффективными. Это заставило фирмы искать новые пути развития и роста, которыми и стало производство инноваций (как продуктов, так и технологий), а также сокращение временного лага между изобретением и его применением. 80-90-е годы XX в. характеризуются уже широким внедрением достижений науки и техники в производство, включая инновации фундаментального характера: в производство запускаются качественно новые товары, модернизируется и реорганизуется на базе микроэлектроники производственный и научно-технический потенциал. Произошедшее уже с 1970 по 2000 г. в развитых странах очередное двукратное увеличение ВВП на душу населения в совокупности с перенасыщенностью рынка еще больше способствовали закреплению тенденции постоянного производства инновационных товаров, поскольку их новизна позволяла заинтересовать пресыщенного покупателя и стимулировать спрос. Расширяющиеся процессы глобализации стимулировали конкурентную борьбу уже в масштабах глобального рынка, следствием чего стало постоянное ускорение инновационных процессов и

увеличение количества и разнообразия инновационных продуктов и технологий.

Уникальность и качественную специфику современной (инновационной) экономики можно проиллюстрировать следующими словами американского футуролога Э. Тоффлера: «Экономики прошлого, – сельскохозяйственная или индустриальная зиждились на прочных структурах. Сегодняшняя экономика – ускоряющаяся, калейдоскопически меняющаяся, способная мгновенно перестраивать себя. Появляются новые центры экономической мощи, прежние рынки уступают место новым, появляются страны, предлагающие новые возможности в бизнесе и становящиеся новыми источниками конкуренции. В таких условиях ни одна существующая доля рынка не безопасна, жизнь любого продукта не бесконечна. Не только в компьютерах и одежде, но во всем – от страховых полисов в здравоохранении до упаковочной тары – конкуренция отрывает ниши и целые куски устоявшегося бизнеса. Компании съеживаются и умирают, если они не способны создавать бесконечный поток новых продуктов»<sup>142</sup>. Таким образом, постоянное производство нового: продуктов, услуг, технологий, методов управления и стимулирования работников, постоянные инновации выступает уже не просто в качестве основного конкурентного преимущества, но и является обязательным условием выживания предприятия на рынке. Важность и востребованность деятельности по производству инноваций фундировали ее постепенную институционализацию: появление специализированных организаций, задачей которых является создание и реализация инновационных проектов (стартапы<sup>143</sup>), специализированных отделов в структуре предприятий, особых форм финансирования инновационных проектов (венчурные фонды, венчурный бизнес и пр.), технопарков, технополисов, разработку стратегий, принципов создания и функционирования национальных инновационных систем (НИС). Принципы регулирования инновационной деятельности получают закрепление в соответствующих правовых нормах. Более того, в специализированной литературе уже можно

---

<sup>142</sup> Тоффлер Э. Метаморфозы власти. – М.: АСТ. – С.159

<sup>143</sup> Организация, занимающаяся разработкой новых товаров и услуг в условиях неопределенности

встретить предложения стандартизации инновационной деятельности<sup>144</sup>, несмотря на то, что ранее стандартизация и инновации рассматривались как противоречивые процессы, поскольку основными характеристиками инновации являются новизна и эксклюзивность, а процедура стандартизации подразумевает предсказуемость и унификацию.

Таким образом, инновационная экономика представляет собой современный этап развития капиталистической экономики, где структурно и институционально обеспечивается приоритет инновационной деятельности в экономических процессах.

Несмотря на непродолжительный пока период функционирования инновационной экономики, уже представляется возможным выделить ее специфические особенности, к которым относятся:

- активная, целенаправленная, институционализированная деятельность по созданию и внедрению в производственные процессы новшеств различного рода, как основное условие функционирования и развития экономической системы;
- определяющая роль научных исследований в создании инновационных продуктов и технологий;
- высокий уровень востребованности творческих способностей работника в производственных процессах;
- постоянные изменения экономической конъюнктуры, являющиеся следствием внедрения инновационных продуктов и технологий;
- все время увеличивающийся темп этих изменений;
- высокая степень неопределенности перспектив экономического развития;
- продуцируемый неопределенностью высокий уровень риска инновационной деятельности, где риск понимается как возможность наступления неблагоприятных последствий для субъекта деятельности;
- снижение рациональности в поведении субъектов экономических отношений вследствие высокой степени неопределенности и быстрых изменений

---

<sup>144</sup>Окрепилов В. В. Перспективы развития стандартизации как инструмента инновационного развития // Проблемы прогнозирования. – 2013. – №1. – С.52-62; Даниленко Ю.А. Жихарева О. В. Стандартизация как инструмент обеспечения инновационной деятельности // Стандарты и качество. – 2013. – № 11. – С. 44-45.

и усиление в связи с этим эмоциональных механизмов регуляции деятельности.

Изменения принципов и целей организации материального производства в процессе становления инновационной экономики, предопределили и изменения принципов осуществления трудовой деятельности, как деятельности, выступающей его фундаментом. В основе этих изменений лежит, отмеченный нами в качестве специфической особенности инновационной экономики, высокий уровень востребованности творческих способностей работника и необходимость создания условий для их реализации в производственных процессах. Сам по себе подход к человеку как к творцу, реализующему свою способность к творчеству именно в трудовой деятельности, безусловно, не нов. Так, традиционно появление идеи человека-творца относят к эпохе Возрождения, то есть к началу XIV в. Однако, Ж. ле Гофф считает, что это событие произошло еще раньше, и датирует его XII веком. В частности, он пишет «...Возрождение XII века, ... полагалось на разум, опиралось на представление о том, что человек создан по образу и подобию Божию, значит, человек должен трудиться по образу Божию»<sup>145</sup>. Однако труд Божий – это Творение. Поэтому необходимо создавать урожай, как крестьянин, или, по крайней мере, превращать сырье в изделие, как это делает ремесленник. Если ничего не создаешь, следует превращать (*mutare*), изменять (*emendare*), улучшать (*meliorare*). Профессия, ничего не создающая, является дурной или низкой<sup>146</sup>. Возрождение же уже провозглашало своих современников «новыми» людьми, новаторами и творцами<sup>147</sup>. Начиная с эпохи Возрождения, вера в человека-творца, человека-преобразователя стала одной из духовных посылок всей западно-европейской культуры в целом. Но развитие массового индустриального производства, требовавшего стандартизации и унификации продукции, разделения труда на простейшие операции, повышающего производительность труда (поскольку все это позволяло снизить издержки и увеличить прибыль), практически исключили использование творческих

---

<sup>145</sup> Ле Гофф Ж. Трюон Н. История тела в Средние века. – М.: Текст, 2008. –С.66

<sup>146</sup> Ле Гофф Ж. Другое Средневековье. Пер. с франц. С. В. Чистяковой и Н. В. Шевченко под ред. В. А. Бабинцева. 2-е изд., испр. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002. – С.67

<sup>147</sup> Ле Гофф Ж. Трюон Н. История тела в Средние века. – М.:Текст, 2008. –С.66

способностей из производственных процессов, превратив человека-творца в элемент гигантской производственной машины. Вплоть до второй половины XX в. индустриальная экономика, базировавшаяся на одновременном труде больших масс людей, прикрепленных к машинным средствам производства, нуждалась в выполняющих рутинные операции наемных работников, подчиняющихся иерархической системе бюрократического управления. Целью производства был выпуск массовой стандартизированной продукции, а основными принципами его организации – стандартизация, специализация, синхронизация, концентрация и централизация<sup>148</sup>. В соответствии с этим от работников требовалось быть дисциплинированными исполнителями, способными многократно совершать действия по раз и навсегда заданной схеме. Творчество в сфере производства если и было необходимо, то в относительно небольших количествах и скорее было функцией организатора производства – предпринимателя. Необходимость координации деятельности и организации бесконфликтной, слаженной работы большого количества людей, принимающих участие в едином взаимосвязанном процессе производства, способствовали тому, что, выбирая между возможностями найма обладающих яркой индивидуальностью творческих сотрудников и менее оригинальных покладистых конформистов, предприятия отдавали предпочтение легко вписывающимся в коллектив приспособленцам. Как замечает У.Уайт, еще в 50-е годы XX в. в фильме, который показывали перед поступлением на работу в химическую компанию «Monsanto», (одну из первых химических компаний в США, освоивших производство ДДТ и сегодняшнего лидера в производстве генетически модифицированных семян), ученым сообщалось: «гениям здесь не место, у нас рука об руку трудятся обычные американцы». Нефтедобывающая компания «Socony-Vacuum» распространяла буклет, где черным по белому значилось: «Виртуозов не держим»<sup>149</sup>. Проявления индивидуальности, творческой активности и воображения не просто не приветствовались, но подавлялись даже в научных лабораториях, где

---

<sup>148</sup> Тоффлер Э. Революционное богатство. – М.: АСТ, 2008. – С.38

<sup>149</sup> Брукс Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита. – М:Ад Маргинем пресс, 2013. – С.118

руководство, во имя стабильности, готово было избавиться от талантливых, но эксцентричных или неуживчивых ученых, у которых могли возникнуть сложности с адаптацией в коллективе.

К результатам творческой деятельности на производстве отношение также было отрицательным. Так, «корпоративное руководство могло с пренебрежением относиться к новаторским идеям ученых и инженеров из исследовательских и проектных отделов. Даже корпорации, финансировавшие работу успешных исследовательских и конструкторских центров, таких как Исследовательский центр Пало-Альто (PARC) компании Херох, часто пренебрегали их открытиями. Другие продавали по дешевке знаменитые корпоративные лаборатории, как компания RCA поступила с «SarnofTLabs»<sup>150</sup>.

Инновационная экономика кардинально меняет характеристики трудовой деятельности. Постоянные и быстрые изменения рыночной конъюнктуры, сами, по сути, являющиеся результатом инновационной деятельности, вынуждают предприятие, в целях сохранения своих рыночных позиций, с одной стороны, непрерывно заниматься разработкой новых товаров или модификаций уже выпускаемых, а с другой – так же постоянно модернизироваться, подстраиваясь под изменяющиеся условия. В результате «главными источниками прибыли – особенно большой прибыли и завтрашнего капитала – все больше становятся идеи, а не материальные объекты»<sup>151</sup>. А в связи с тем, что именно работники предприятия рассматриваются в качестве одного из основных источников инновационных идей, перманентный поиск и разработка идей, касающихся производства продукции, а также нахождение более быстрых, дешевых и эффективных методов работы становится важной составляющей трудовых обязанностей работников даже в условиях фабричного производства, где ранее их задачей было следование указаниям при выполнении однообразных механистических операций. Это, в свою очередь, изменяет отношение к проявлениям творческой активности со стороны рядовых сотрудников, поскольку

---

<sup>150</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М. Классика XXI, 2005. – С.67

<sup>151</sup> Бауман З. Текучая современность. – СПб.: Питер, 2008. – С. 163

делает не просто желаемым, но необходимым творческое отношение к труду со стороны всех без исключения участников трудового процесса. Американско-канадский экономист и социолог, профессор Школы менеджмента им. Джозефа Ротмана в Торонтском университете Р. Флорида считает, что корни этой новой крупномасштабной трансформации уходят в 1940-е и 1950-е гг, поскольку многие определяющие компоненты этого процесса возникли в ответ на творческие лимиты организационной эпохи, а окончательно процесс трансформации оформился в 1980-е и 1990-е, когда возникли новые экономические системы, специально предназначенные для поощрения и активизации творческих способностей человека, а также благоприятствующая им новая социальная среда<sup>152</sup>. Сегодня применение творческих способностей в трудовой деятельности получает уже не просто одобрение и поддержку со стороны социума, но является требованием со стороны и работодателя, и общества. Способность работников к творчеству рассматривается как новый ключ к производительности, а наличие сотрудников, обладающих этой способностью, оценивается в качестве конкурентного преимущества предприятия. Уровень творческих способностей становится одним из критериев оценки работника при принятии решения о приеме на работу. Так, на заводе компании Sony, расположенном в США, как и на многих других современных промышленных предприятиях, даже кандидаты на сборочную работу начального уровня обязаны пройти совокупность тестов для проверки различных способностей, например, умения решать проблемы и работать в самоуправляемых бригадах<sup>153</sup>.

Для обозначения особого вида трудовой деятельности, целью которой становится создание инновации, как результата реализации творческих способностей работника, вводится понятие «инновационная деятельность». По сути ее можно определить и как особую разновидность трудовой, производственной деятельности с усилением творческого компонента этой деятельности, и как вид творческой деятельности, осуществляемой в рамках

---

<sup>152</sup>Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI, 2005. – С. 69

<sup>153</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI, 2005. – С. 38



производственных процессов и подчиненной экономическим интересам производителей.

Новая экономическая реальность требует изменения прежних и появления новых характеристик человека как субъекта экономических отношений. Как отмечал К. Маркс, в процессе производства, происходит совершенствование многообразных способностей человека, «изменяются и сами производители, вырабатывая в себе новые качества, развивая и преобразовывая самих себя благодаря производству, создавая новые силы и новые представления, новые способы общения, новые потребности и новый язык». С. Н. Булгаков заметил, что «каждая мирохозяйственная эпоха и каждая культура создавали свой доминирующий образ экономического человека»<sup>154</sup>, а позже В.С. Автономов констатировал тот факт, что «любые крупные перемены в области экономической теории обязательно связаны с переосмыслением модели человека»<sup>155</sup>. Это справедливо и для инновационной экономики, поскольку сама «специфика инновации как деятельности порождает определенный тип личности»<sup>156</sup>.

Основным создателем инноваций, по мнению теоретика инновационных процессов Й. Шумпетера, является предприниматель, который в своей деятельности осуществляет новые комбинации факторов производства (нововведения, инновации), что приводит экономику в состояние динамического неравновесия, являющееся, по мнению Й. Шумпетера, нормой здоровой экономики. Австрийский экономист также выделил особые черты характера свойственные предпринимателю, такие как интуиция и чутье, необходимые для обнаружения новых нестандартных путей; готовность к риску; энергия и воля для того, чтобы отказаться от устоявшихся порядков и преодолевать сильную инерцию экономических и социальных процессов; способность идти вперед в одиночку. По его мнению, нацеленность на инновацию является главным

---

<sup>154</sup> Постиндустриализм. Опыт критического анализа. Монография. – М.: Научный эксперт, 2012. – С.116

<sup>155</sup> Автономов В.С. Модель человека в экономической науке. –СПб.: Экономическая школа,1998. –С.123

<sup>156</sup> Никифоров А.П. Деятельность и свобода. // Деятельность: теория, методология, проблемы. – М.: Политиздат, 1990. – С. 342.

критерием принадлежности к подлинным предпринимателям. Однако можно отметить, что люди обладающие качествами, востребованными в инновационной деятельности, уже встречались в истории задолго до развития инновационной экономики. Так, В. Зомбарт, описывая экономическую деятельность в эпоху раннего капитализма, отмечает « как богато было изобретательными головами время Ренессанса и, в особенности, – время барокко; как люди были полны в то время цветущей, часто достаточно необузданной фантазией, и как те века буквально кишат техническими выдумками<sup>157</sup>. Этот изобильный дар изобретательности, который мы, впрочем, находим распространенным во всех слоях населения, отнюдь не ограничивается одними только техническими проблемами. Он, напротив, перекинулся в область хозяйства и в другие области культуры, и вызвал на свет неисчислимые идеи реформ и преобразований, которые предпочтительно относились к государственным финансам, но касались также и частной хозяйственной жизни. ...На протяжении столетий масса таких одаренных изобретателей сделали себе промысел из своей изобретательности, предоставляя в распоряжение других свои более или менее применимые на практике мысли и идеи за соответствующее вознаграждение. Существовала прямо профессия, «цех» прожекторов, задача которых заключалась, следовательно, в том, чтобы расположить в пользу своих планов князей, великих мира сего, богачей страны, побудить их к выполнению этих планов. Всюду, где имеются влиятельные лица: при дворах, в парламентах – мы встречаем таких прожекторов, но и на улице, на рынке они также стоят и предлагают свои идеи на продажу». В. Зомбарт обращает внимание на то, что «эта человеческая разновидность, которую уже в ее время называли «проектантами»» появляется уже в XVI в. «при дворах испанских королей»<sup>158</sup>. Ссылаясь на исследование Д. Дефо «An Essay on Projects», вышедшее в 1697г, он заключает, что в XVII в. прожектерство достигло наибольшего распространения в Англии, где «искусство и секрет прожектерства

---

<sup>157</sup> Здесь и далее цит. по Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека// Собрание сочинений в 3-х томах. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – Т.1. – С.71

<sup>158</sup> Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека// Собрание сочинений в 3-х томах. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – Т.1 С.72

начали выползать на свет около 1680г.». Расцвет прожектерства произошел также во Франции, в которой одновременно с Англией (с середины или конца XVII в и в XVIIIв.) происходят те же явления, но «быть может в соответствии с характером народа, в еще более темпераментной и драматической форме» и где хорошие знатоки тех эпох уже в начале XVII столетия констатируют «страсть изобретать и быстро этим путем обогащаться». Наличие прожектеров он отмечает и при австрийском дворе, рассматривая в качестве примера деятельность некоего Каратто, игравшего при дворе в середине XVIII столетия значительную роль. «Он занимается уже более сорока лет ремеслом проектанта; его принципы хороши и неопровержимы, но выводы его преувеличены. Если входить в подробности, то натыкаешься на сумасбродные идеи»<sup>159</sup>. Занимательно, на наш взгляд, что даже пример, своеобразной инновационной команды<sup>160</sup>, мы можем найти еще в XVII и XVIII вв. Как отмечает В. Зомбарт: «Часто мы видим, что влиятельные дворяне соединяются с буржуазными денежными людьми или также и с бедными изобретателями для общего ведения дела: придворный заботится о необходимых правах на вольности или на защиту, в то время как другой участник вносит свои деньги или свои идеи. Такое соединение мы постоянно встречаем во Франции и в Англии в XVII и XVIII вв»<sup>161</sup>.

Однако оценки деятельности такого рода личностей прямо противоположны сегодняшним. Так, Д. Дефо описывает французских прожектеров XVII в. следующим образом. Большинство из них – голодные люди, не имеющие даже плаща (что их беспощадно деклассирует), но, зато, имеющие веру. Их встречаешь всегда в тот момент, когда они только что открыли какую-нибудь блестящую вещь. Они проскальзывают в передние, обивают пороги должностных лиц государства и ведут таинственные разговоры с блестящими женщинами. Их сегодняшний день достоин сожаления; их завтра полно обещаний и света. Это

---

<sup>159</sup> Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека// Собрание сочинений в 3-х томах. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – Т.1. – С.76

<sup>160</sup> Инновационная команда – это один из способов организации инновационной деятельности, при котором осуществляется взаимодействие трех групп сотрудников – генераторов идей, менеджеров и исполнителей.

<sup>161</sup> Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека// Собрание сочинений в 3-х томах. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – Т.1. – С.114

завтра принесет им знаменитый миллион. Они обладают умом, воображением в большей степени, чем рассудком. Достаточно часто они являются с детскими, необычайными, причудливыми, чудовищными идеями, выводы из которых они, однако, развивают с математической точностью. Их совет, который они дают (avis), – это идея сегодняшнего дня: за подачу совета, за продажу идеи они получают вознаграждение: le droit d'avis. Некоторые имеют великолепные идеи, обогащающие их, другие прозябают и дают себя эксплуатировать людям, имеющим меньше фантазии, но больше знания, света и больше связей, и знающим, где найти нужные деньги. Их характер нам изображают следующим образом: полные беспокойства, полные чутья, всегда с планами, с пронизывающим взглядом, с острыми когтями, в вечной погоне за талерами<sup>162</sup>. И даже, когда прожектеру, объединившись с предпринимателем, удастся раздобыть деньги для реализации своей идеи, в результате, по мнению В. Зомбарта, получается предприятие, достойное лишь негативной оценки – спекулятивное предприятие.

В итоге В. Зомбарт заключает, что прожектеры являются родоначальниками всех современных ему дельцов. Сами же прожектеры не стали предпринимателями только потому, что отсутствовала сфера приложения их сил – коммерческое предприятие, но именно в их деятельности, В. Зомбарт видит предтечи идей, которые были призваны, соединившись с идеей предприятия, создать существо капитализма. Однако, и фигуре предпринимателя-инноватора только предстояло стать социально-одобряемой. Престижность предпринимательской деятельности, образ предпринимателя как преуспевающего человека, воплощающего дух предприимчивости, решимости, стремления к риску, соединенного с точным расчетом, внедрялись в сознание европейцев на протяжении всего XIX в. Именно с разным уровнем успешности этого процесса П. Дракер связывает разницу в уровнях индустриального развития Великобритании и США. Он считает, что одной из причин лидирующего

---

<sup>162</sup> Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека// Собрание сочинений в 3-х томах. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – Т.1. – С.75

положения США в индустриальную эпоху, явилась удачная попытка сделать социально приемлемой, респектабельной, а значит общественно ценной, фигуру предпринимателя- инноватора. В то время как в Британии, опережавшей на тот момент США в области технологических инноваций, тип рационализатора, внедряющего инновации в производство не пользовался уважением, поскольку предпочтение отдавалось либо джентльмену, добропорядочному буржуа, либо интеллектуалу-ученому или инженеру без коммерческой жилки.

Развитие непосредственно инновационной экономики, нуждающейся для своего развития в массовой инновационной деятельности, вызвало к жизни концепт инновационной личности как особого типа личности. Первое упоминание инновационной личности, встречается в работе Э. Хагена «К теории социальных изменений: как начинается экономический рост», изданной в 1962 г. В этой работе Э. Хаген рассматривал инновационную личность в качестве одного из основных факторов экономического роста, распространения предпринимательства и накопления капитала. Он выделил следующие черты инновационной личности: любознательное отношение к действительности и стремление управлять ею; принятие на себя ответственности за плохие стороны мира, сопряженное с поиском наилучших решений и попытками внести изменения; откровенность и терпимость с подчиненными, одобрительное отношение к их стремлению к новациям и оригинальности; творчество, стимулирующее самобытность и стремление к новизне; неукротимая любознательность. По мнению Э. Хагена, сформированная усилиями современности инновационная личность способствует рождению самоподдерживаемых изменений, которые постоянно революционализируют ее жизнь – ее стандарты, ценности и т.д.<sup>163</sup>. Но если в западной литературе под инновационной личностью понимались те, кто работает в сфере промышленности и предпринимательства»<sup>164</sup>, то в современном российском научном дискурсе инновационная личность трактуется гораздо более широко, чем экономический

---

<sup>163</sup> Карпова Ю.А. Введение в социологию инноватики. – СПб.: Питер, 2004. – С.74-75

<sup>164</sup> Шевченко В.С. Инновационная личность как социальный тип // Научные ведомости Белгородского государственного университета. серия: Философия. Социология. Право. –2010. – Т.2. –№11. –С.38

субъект, предприниматель-инноватор. Инновационная личность понимается как личность, чья мотивация базируется на ценностях новизны, изменений, творческого самовыражения и самореализации, но выходит за пределы экономической максимизации прибыли, в результате чего деятельность инновационной личности является источником преобразований во всех сферах общественной жизни. В частности, в «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» отмечено, что «ключевая задача инновационного развития, сопоставимая по важности и масштабности с суммой всех остальных – создание условий для формирования у граждан компетенций инновационной деятельности, иначе говоря – компетенций «инновационного человека» как субъекта всех инновационных преобразований. Задача формирования инновационной личности в массовом масштабе, оформленная в виде социального заказа современного российского общества, ставится и перед различными социальными институтами (например, перед системой образования). Предполагается, что «...общество сможет стать инновационным, когда этот тип личности станет массовым, и когда инновационной деятельностью таких личностей будут пронизаны все сферы жизнедеятельности общества».

Таким образом, объективные процессы развития капиталистической экономики в сфере материального производства в условиях формирования глобального рынка, исчерпание возможностей экстенсивного развития и ужесточение конкурентной борьбы определили ее переход к развитию посредством внедрения инновационных технологий и разработки инновационных продуктов. Специфическими особенностями инновационной экономики выступают институционализированная деятельность по созданию и внедрению в производственные процессы новшеств различного рода; определяющая роль научных исследований в создании инновационных продуктов и технологий; высокий уровень востребованности творческих способностей работника в производственных процессах; быстрые изменения экономической конъюнктуры; высокая степень неопределенности и риска экономической деятельности. Изменение условий и принципов материального производства повлекли за собой

изменение характера трудовой деятельности в процессах материального производства и личностных качеств участников этой деятельности. Все эти процессы создали предпосылки для формирования таких структурных элементов инновационной культуры как совокупность качеств человека, обеспечивающих успешность экономической деятельности, видов деятельности, в которых эти качества реализуются в социально-одобряемой форме, а также особым образом организованной предметной среды, как совокупности плодов этой деятельности.

## **2.2 Наука и образование как источник и движущая сила инновационного развития<sup>165</sup>**

Переход к инновационной экономике был подготовлен процессами, происходящими не только в сфере материального производства, но и в сферах духовного производства, таких как наука и образование. Быстрое развитие капиталистической экономики стало возможным благодаря ориентации на технические источники развития, впервые ярко проявившейся в эпоху промышленной революции. Дальнейшее развитие капиталистических отношений только способствовало систематическому, сознательному и целенаправленному совершенствованию орудий и предметов труда, то есть техническому прогрессу. В свою очередь технический прогресс стимулировал развитие науки, а крупные научные открытия вызывали к жизни новые технические средства, обуславливая превращение науки в непосредственную производительную силу.

Несмотря на то, что сегодня взаимосвязь научных исследований и технологического развития очевидна и неразрывна, даже на начальных этапах развития капиталистической экономики роль науки в процессах создания техники еще не оценивалась в качестве определяющей. Хотя певец индустриализма Анри

---

<sup>165</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях: Малахова, Н.Н. Инновационные трансформации системы образования [Текст]/ Н.Н. Малахова.// Вестник Адыгейского государственного университета – 2013. – № 2. – С.141-148; Малахова Н.Н. Научно-исследовательское направление деятельности университета как субъекта инновационной системы[Текст]/ Н.Н. Малахова.// Вестник Воронежского государственного университета – серия «Проблемы высшего образования» – 2014. – №2.С.57-60

де Сен-Симон и мечтал об обществе, организованном как огромная фабрика, во главе которой стоят промышленники и ученые, но «Наука нового времени не вносила вклад в ускорение технического развития... Ее вклад в процессы модернизации был скорее косвенным. Новая физика обладала философским смыслом, позволяющим интерпретировать природу и общество комплементарно относительно естественных наук, и она, так сказать, индуцировала механистическую картину мира XVII столетия»<sup>166</sup>. Наука опирались на просветительскую картину мира, в соответствии с которой она и производимое ею знание рассматривались в основном как абсолютная и безбрежная ценность, а воспитательная и образовательная функции науки доминировали над ее прикладной функцией. По мнению П. Дракера, еще в XVIII в. «никто даже не пытался рассуждать о применении науки для разработки орудий производства, технологий и изделий, т.е. об использовании научных знаний в области техники и технологии. Эта идея созрела лишь... в 1830 году, когда немецкий химик Юстус фон Либих (1803–1873) изобрел сначала искусственные удобрения, а затем — способ сохранения животного белка»<sup>167</sup>. Но и после этого связь науки с производством не была поставлена на систематическую основу. Как замечает Д. Белл, «основным технологическим прорывам индустриальной эпохи человечество обязано талантливым механикам, прекрасно разбиравшимся в технике, но имевшим слабое представление о науке, и не интересовавшимся теоретическими проблемами своего времени»<sup>168</sup>. Для подтверждения этого высказывания В.Л. Иноземцев приводит следующие примеры. Генри Бессемер, открывший конвертерный способ получения стали из чугуна, который позволил снизить количество примесей и выплавлять более прочный металл, имел очень малое представление об исследовании свойств металлов естествоиспытателем Г. Сорби. А. Белл – один из изобретателей телефона, будучи по профессии преподавателем ораторского искусства, искал способ передачи по проводам усиленного голоса,

---

<sup>166</sup> Хабермас Ю. Техника и наука как «идеология/Пер. с нем. М.Л. Хорькова. – М: Праксис, 2007. –С.79-80

<sup>167</sup> Дракер П. От капитализма к обществу знания / Новая постиндустриальная волна на Западе. Под ред. В.Л. Иноземцева. – М.:«Academia», 1999.–640с.

<sup>168</sup> Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М: Логос, 2000. – С.52



чтобы помочь глухим людям. Т.Эдисон, создавший лампу накаливания, фонограф и кино, был математически безграмотен, и его мало волновали работы Дж.К.Максвелла, который вывел уравнения электродинамики в результате теоретического обобщения электрических и магнитных явлений. Точно так же и Г.Маркони, изобретатель беспроводной связи, не был знаком с работами Герца о радиоволнах<sup>169</sup>. Таким образом, никакой взаимозависимости науки и техники, а, значит, и основанной на применении техники промышленности, – не существовало. Эта ситуация изменилась лишь с середины XIX века, когда уровень достижений научно-технического прогресса заставил производителей осознать необходимость согласования предпринимательской деятельности коммерческих фирм с исследовательской активностью университетов, где происходило большинство открытий и научных разработок.

Объединение научно-исследовательской деятельности и деятельности коммерческих предприятий стало возможно в первую очередь в формате промышленных исследовательских лабораторий. Историки бизнеса Дэвид Хауншелл и Джон Кенли Смит датируют создание первых лабораторий такого рода 1856 годом, когда английский химик Уильям Перкин открыл способ синтеза розовато-лиловой краски из анилина. Первая научно-исследовательская лаборатория, фактически работающая на производство и бизнес, была создана в Германии в 1872 году Вернером фон Сименсом, а в 1890 г. уже фирма «Байер» создала современную лабораторию, оснащенную необходимыми книгами, лабораторным оборудованием и укомплектованную специалистами. Поскольку Германия в этот период времени была признанным лидером в промышленной технологии, принципы организации лаборатории фирмы «Байер» вскоре начали копировать не только во всей химической отрасли, но и в других отраслях. Например, многие фирмы в США взяли этот вариант за образец<sup>170</sup>, в результате чего в американской промышленности уже к 1889 г. были созданы 139

---

<sup>169</sup>Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М: Логос, 2000. – С.52

<sup>170</sup>Чесбро Г. Открытые инновации. –М.: Поколение, 2007. –С.309

исследовательских лабораторий, а к 1918 г. еще более 500<sup>171</sup>. В 1914г. первая научно-исследовательская лаборатория Phillips была открыта в Нидерландах. В 20-х годах XX века создаются лаборатории Белла (1925г.) и департамент развития Дюпона. Другие крупные компании, работающие в передовых отраслях индустрии, также стали привлекать ученых и открывать исследовательские лаборатории для разработки новых технологий. Многие ведущие промышленные предприятия в тот период открывали собственные отделы НИОКР, в результате чего им удалось добиться экономии на масштабах своей деятельности. Так, немецкие химические фирмы регулярно расширяли ассортимент своих товарных предложений, используя все более глубокие исследования свойств материалов, которые они применяли для создания новых красителей<sup>172</sup>.

С появлением связанных с промышленностью исследований широкого масштаба, наука, техника и их применение в промышленности образовали единую систему. На основе систематического объединения науки с техникой быстро расцвели прикладные отрасли научного знания. Традиционно считалось, что именно фундаментальная наука является источником технологических новаций, а технология, как и прикладные исследования, представляют собой приложение науки. Связь научных исследований и техники имела односторонний характер: технические разработки были побочным результатом открытий, совершаемых фундаментальной наукой, и только некоторые проблемы, возникавшие в ходе развития техники, становились предметом научного исследования, и давали начало новым научным дисциплинам. Ученые, занимавшиеся фундаментальными исследованиями, в целом негативно относились к прикладному аспекту науки, а нормы науки диктовали, что практическим применением результатов науки, в основном, должны заниматься другие, а ученые могут им в этом лишь немного помочь. Уровень негативизма по отношению к прикладному знанию можно проиллюстрировать следующим примером. Взяв за образцы нормы «чистой» науки, которых придерживались

---

<sup>171</sup>Филатов В.П. Энциклопедия эпистемологии и философии науки. URL:[http://epistemology\\_of\\_science.academic.ru/](http://epistemology_of_science.academic.ru/) (Дата обращения 05.05.2014)

<sup>172</sup>Чесбро Г. Открытые инновации. –М.: Поколение, 2007. – С.72-73

немецкие университеты, ученые в США рассматривали прикладной аспект знания как «проституирование науки». Генри Роулэнд жаловался, что у некоторых «ремесленников» от науки вроде Эдисона славы больше, чем у таких настоящих ученых, как он. Выступая перед членами American Academy For The Advancement Of Science в 1883 г., он заявил: «правильный курс человека в моем положении – рассматривать, что должно быть сделано, чтобы сделать физику наукой в этой стране, а не называть наукой телеграф, электрический свет и другие вещи, просто удобные для человека. Когда средний уровень подготовки научной общественности низок, когда больше всего ценится посредственность, когда третьеразрядные люди служат примером, и когда ничтожные изобретения прославляются как великие научные открытия, – влияние такого общества будет пагубным. В это время другие уважаемые лидеры науки утверждали, что ученые не должны применять свои таланты и педагогические способности для решения проблем коммерческого назначения, так как, если они будут поступать таким образом, то это снизит качество и значимость самой науки. На таких людей, как Томас Эдисон, они смотрели как на ученых второго сорта, которые пошли на компромисс и ухудшили процесс научных открытий, применив его к практическим делам»<sup>173</sup>.

Однако коммерческие результаты деятельности лабораторий при промышленных предприятиях привели к изменениям в оценке прикладных исследований. Так, по словам Г. Чесбро, снобизм, который вначале Г. Роулэнд взял за образец у немецких коллег, как и их презрительное отношение к коммерциализации науки, постепенно начал ослабевать, благодаря очевидной пользе такой коммерциализации, поскольку в ходе выполнения отраслевых НИОКР «ремесленники» вроде Эдисона создавали лучшие продукты, приводившие к огромным коммерческим достижениям<sup>174</sup>.

Таким образом, наряду с уже существовавшей университетской наукой начала формироваться промышленная наука. С одной стороны, она обслуживала

---

<sup>173</sup> Чесбро Г. Открытые инновации/ Пер. с англ. В.Н. Егорова – М.: Поколение, 2007. – С.70,71

<sup>174</sup> Там же. С.74

экономические интересы предпринимателей, с другой стороны, создание центральной исследовательской лаборатории и самостоятельная разработка продуктов стали основным элементом, способствовавшим росту современной промышленной корпорации. Централизованные исследования и разработки становились ключевым элементом в стратегии компании, а затраты на их проведение считались важными инвестициями в бизнес<sup>175</sup>. Несмотря на то, что роль промышленной науки неуклонно возрастала, и она получала все более широкое распространение, университетам, благодаря значительной государственной поддержке и высокому общественному авторитету, еще в течение долгого времени (вплоть до 60-х годов XX века) удавалось занимать практически монопольное положение в сфере производства фундаментального научного знания, и сохранять свою самостоятельность по отношению к экономической сфере. Прямые задачи развития экономических секторов, за исключением оборонно-промышленного комплекса, перед ней не стояли, а государственная научная политика, как отмечают исследователи, носила в этот период черты культурной политики. Но начавшаяся со второй половины 1960-х гг. переориентация научно-исследовательских разработок на решение практических запросов и вызовов экономики, повлекла за собой проникновение интересов бизнеса как в процессы организации научных исследований и их финансирование, так и в определение направлений научно-технической политики. Производственные корпорации уже не ограничивались созданием и финансированием научных центров в рамках своей организационной структуры, но и оплачивали проведение научных исследований в университетах, используя их научно-исследовательскую базу.

Определение науки в качестве одного из факторов экономического роста обусловило стимулирование разработок, ориентированных, прежде всего, на повышение роста объемов и конкурентоспособности производимой продукции. С середины 1970-х гг. концепция государственного управления научной политикой вновь изменилась, будучи расширена от понимания ее как катализатора роста

---

<sup>175</sup> Чесбро Г. Открытые инновации. – М.: Поколение, 2007– С.72

ВВП до интегрального рассмотрения в качестве факторной основы экономики в целом, а в конце 1990-х гг. научно-техническая политика на западе окончательно трансформировалась в инновационную<sup>176</sup>. Сегодня исследовательские процессы уже прочно связаны и в сознании предпринимательского сообщества, и в сознании обывателей с их техническим применением и экономической оценкой, а наука – с производством и управлением в индустриально-общественной системе труда. Использование научных достижений в технике и обратное влияние технического прогресса на исследования превратились в субстанцию мира труда<sup>177</sup>.

Осознание факта зависимости темпов и качества экономического развития от научных знаний способствовало усилению внимания не только к институту их производства, которым выступала наука, но и к институту их передачи и распространения, то есть системе образования. Усложнение применяемых в промышленном производстве технологий выявило проблему нехватки квалифицированных рабочих и специалистов и актуализировало потребность в массовом обучении. Так, автор знаменитого «акта Форстера о начальной школе» аргументировал необходимость введения массового начального образования следующим образом: «От немедленной организации начального образования зависит наше промышленное благополучие. Если большинство наших рабочих останется и впредь необученными, то мы скоро погибнем в международной конкурентной борьбе»<sup>178</sup>. Другие сторонники введения массового образования отмечали, что оно представляет собой самый эффективный способ привить рабочему классу дисциплину и навыки, необходимые для работы на промышленном производстве. К. Маркс, обозначил воспроизводство рабочей силы как социально-экономическую функцию образования, заключающуюся в подготовке индивидов к специализированному труду. В частности, он писал: «характер труда при капиталистическом способе производства обуславливает

---

<sup>176</sup> Экономика США / Под ред. В.Б. Супяна. – СПб.: Питер, 2003. –С.202

<sup>177</sup> Хабермас Ю. Техника и наука как «идеология/Пер. с нем. М.Л. Хорькова. – М: Праксис, 2007. – С.125

<sup>178</sup> Коновальцев А. С. Институт общественного призрения в Западной Европе XIX начала XX В. (опыт историко-правового анализа) // Социально-экономические явления и процессы. 2012. №5-6 С.174-178. С.176

потребность в специализированной образовательной и воспитательной подготовке рабочей силы. Основная цель такой подготовки – это развитие определенных личностных качеств и обучение дисциплинированности»<sup>179</sup>. Таким образом, именно потребность индустриального производства в рабочей силе, подготовленной определенным образом, легла в основу формирования системы массового начального образования, которая начала складываться в европейских странах в 60-х гг. XIX в. В то же время развитие капиталистического производства определило и появление у системы образования такой функции, как «воспроизводство» потребителя. Поскольку капитал может расширять себя только посредством увеличения прибавочной стоимости, а «производство относительной прибавочной стоимости... требует производства нового потребления... создания новых потребностей... [предполагает] производство новых потребностей»<sup>180</sup>, у системы образования появилась еще одна важная функция – формирование человека как потребителя выпускаемой продукции. Эта функция была впервые осознана в США уже к началу XX в. К 1870 году Америка стала первой страной, где начали распространяться бесплатные публичные средние школы, а затем первой страной, где посещение этих школ стало обязательным. Как подробно показывает Ричард Хофстадтер в своей классической книге «Антиинтеллектуализм в американской жизни», вышедшей в 1963 году, идеалом обучения в то время и в последующие годы стало: «обучить потреблению и способности получать удовольствие [от этого потребления]»<sup>181</sup>.

Качество применяемых технологий обучения соответствовало задаче формирования кадров для индустриального производства и потребителей его продуктов. По меткому замечанию Э. Тоффлера, система образования, готовившая кадры для индустриальной экономики и массового фабричного производства, и сама «функционировала как фабрика»<sup>182</sup>. Она была сосредоточена на функциях трансляции подрастающему поколению четко очерченного круга

---

<sup>179</sup> Маркс К. Капитал.// Маркс К., Энгельс Ф. Избранные сочинения. – М., 1987. – Т.7. – С.391

<sup>180</sup> Кондрашов П.Н., Любутин К.Н. Глобализация и развитие индивида//Философия и общество. – 2011. – №4. – С.52

<sup>181</sup> Hofstadter Richard. Anti-Intellectualism in American Life. – N. Y.: «Vintage Books», 1963. – P. 328 – 356.

<sup>182</sup> Тоффлер Э. Революционное богатство. – М.: АСТ, 2008. – С.60

стандартизированных знаний по установленному графику, отработки рутинных умений и навыков и приучения к заведенному раз и навсегда порядку и дисциплине. Даже появление термина «педагогическая или образовательная технология» отражает попытку «технологизировать» образовательный процесс, т.е. превратить обучение в производственно-технологический процесс с гарантированным результатом<sup>183</sup>. Поскольку творческая активность не была востребована в производственных процессах, развитие творческих способностей учащихся не входило в задачи традиционной системы образования. Школьная программа базировалась на процедурах пассивного усвоения знания, культуре заучивания и соответствия стандарту. Следуя классификации социальных институтов, предложенной М.К. Петровым, трансляционная функция института образования доминировала над трансмутационной.

Необходимо отметить и наличие другого взгляда относительно целей образования, разработанного в трудах Песталоцци и А. Дистервега. Они выдвигали идеи развивающего обучения и общечеловеческого воспитания, призванного побуждать детей к самостоятельному развитию, развитию творческой активности, направленной на служение красоте, добру, истине; проповедовали связь умственного образования с нравственным воспитанием и производственным трудом. Эти принципы нашли свое воплощение в соответствующей системе правил, составивших основу дидактики развивающего обучения.

Таким образом, уже на этапе формирования системы всеобщего образования можно выделить два основных подхода к целям этого образования: подготовка рабочей силы для индустриального производства и личностное саморазвитие человека.

Эти же два подхода, касающиеся вопросов целей и ценностных ориентаций, но уже высшего образования можно отметить и в деятельности университетов.

---

<sup>183</sup> Дамианова Е. В., Сабельникова-Бегашвили Н. Н. Современные образовательные технологии как средство повышения эффективности обучения в школе// Инновации и современные технологии в системе образования: материалы международной научно-практической конференции 20–21 февраля 2011 года 2011 года. – Пенза – Ереван – Шадринск: Научно-издательский центр «Социосфера», 2011. –С.97

Согласно первому подходу, образование имеет целью непрерывный поиск истины и понимается как средство личностного самосовершенствования, как форма досуга и как метод развития умственных и душевных способностей<sup>184</sup>. Этот подход нашел свое отражение в концепции либерального образования британского мыслителя, педагога, политического и общественного деятеля, социального реформатора, религиозного деятеля, одного из родоначальников гуманистической педагогики XIX в. – Джона Генри Ньюмена. Университет, по мнению Ньюмена, – это место высокой либеральной и гуманистической культуры, где обучают универсальному знанию. Задача университета состоит в том, чтобы интеллектуальная культура стала сферой его деятельности, то есть основной задачей университета является формирование интеллекта<sup>185</sup>. Позже первый подход был реализован в деятельности научно-исследовательского или классического университета, создателем которого стал виднейший немецкий гуманист, основатель Берлинского университета Вильгельм Гумбольдт. Цель университетского образования в рамках классического университета – это совершенствование личности путем участия в научном познании, включенном в процесс обучения. В XX веке сторонником этого подхода был Карл Ясперс, выдвинувший в 1949 г. собственную идею университета, возрождающую модель исследовательского университета Гумбольдта. По мнению Ясперса, университет – это сообщество ученых и студентов, занятых совместным поиском истины. «Университет – это место, где благодаря условиям, создаваемым государством и обществом, культивируется самосознание эпохи. Люди приходят сюда с одной-единственной целью – с целью поиска истины... Но так как истина открывается в результате систематического поиска, то и исследования являются первейшей задачей университета... Поскольку масштаб истины намного превосходит масштабы науки, то и ученый обязан рассматривать этот поиск в общечеловеческом масштабе, а не только как специалист... Вторая задача университета связана с обучением, так как знание истины нужно передавать.

---

<sup>184</sup>Тимофеева А. А. Сущность университетского образования в педагогическом наследии Джона Генри Ньюмена // Психопедагогика в правоохранительных органах. – 2014. – №1(56). –С.62

<sup>185</sup> Повзун В. Д. Миссия университета история и современность // Вестник ОГУ. 2005. №1 С.13-21.С.15



Восприятие истины предполагает интеллектуальную зрелость личности. Отсюда следует, что и обучение, и исследование нацелены на нечто большее, чем просто передача готовых фактов и умений. Их цель – формирование человека в целом... Задача университета тройственна – исследование, передача знаний (образование) и культура...»<sup>186</sup>. Это триединство стало основой классического университетского образования во всем мире.

Согласно второму подходу, наука и образование трактуются как основное средство достижения практически полезных результатов. Этот подход лег в основу модели «полезного» образования, т.е. узкопрофессионального и строго специализированного обучения. Появление таких представлений о целях образования связано с развитием коммерции и промышленности, а научным обоснованием этого подхода являлась, в первую очередь, философия Френсиса Бэкона, в трудах которого наука и образование трактуются как основное средство достижения практически полезных результатов, таких как установление господства над природой и обеспечение личностного комфорта. Утилитаристский подход к образованию получил развитие в трудах Джона Локка, который, как обращает внимание Д.Г. Ньюмен, первым в европейской науке стал критиковать старомодные колледжи и университеты за бесполезность и оторванность от реальной жизни, а также в политэкономии Адама Смита, и в философии Иеремии Бентама. Социально-экономический и научно-технический прогресс в западном обществе, сложившаяся система «разделения труда», как условие ранней специализации послужили причиной последующего значительного усиления этого подхода.

В дальнейшем этот подход был реализован в американской модели университета, где культура и наука взаимодействуют в целях подготовки человека действия – профессионала, работающего во имя развития общества. Образование, с точки зрения сторонника этой модели, британского математика, логика и философа Альфреда Уайтхеда, – это «приобретение искусства

---

<sup>186</sup> Университет исследовательского и предпринимательского типа: европейский опыт для Молдовы, России и Украины». Научно-практическое издание / кол. авторов рук. авт. коллектива Хименко О. А. – К.: Общество с ограниченной ответственностью «Т. А. Т. ГРУП», 2011. –С.103-104

использования знаний. Образование, таким образом, нельзя вырезать из практики». Другие представления Уайтхеда демонстрируют его близость идеям современной гуманистической парадигме образования. Он, в частности, настаивал на том, что задача преподавателя не в том, чтобы вбить в голову ученика как можно больше сведений, а в том, чтобы способствовать его саморазвитию: «культура состоит в активности мысли и восприимчивости к красоте и человечности чувств. Лоскуты информации не имеют ничего общего с нею». Уайтхед подчеркивал необходимость органического единства процесса умственного развития с чувственным восприятием, эмоциями. Он говорил о пользе в обучении самостоятельных «открытий»<sup>187</sup>. Креативность и точность или свобода и дисциплина, согласно концепции Альфреда Уайтхеда, являются воспитательными идеалами человека<sup>188</sup>. Образование должно способствовать развитию собственного «умственного стиля», «наивысшей духовной морали», эстетике. Однако, в целом модель американского университета характеризуется доминированием утилитарного подхода.

Противоборство рассмотренных подходов в общественном сознании продолжалось на протяжении XIX-XX веков и каждый из подходов воплотился в определенной модели университета. Принципы первого подхода получили воплощение в модели классического университета, ставшей эталонным образцом организации образовательного процесса в системе высшего образования. К характерным чертам классического университета относятся осуществление учебного процесса на базе фундаментальных научных исследований, единство преподавания и исследования, единство наук, рассматриваемых с одной методологической точки зрения, свободное обучение (выбор студентом любых курсов) и свободное преподавание (каждый профессор сам выбирает, какие курсы ему вести, исходя из своих научных интересов). Основными принципами организации деятельности классического университета выступают: академическая

---

<sup>187</sup> Университет исследовательского и предпринимательского типа: европейский опыт для Молдовы, России и Украины». Научно-практическое издание / кол. авторов. рук. авт. коллектива Хименко О. А. – К.: Общество с ограниченной ответственностью «Т. А. Т. ГРУП», 2011. –С.104

<sup>188</sup> Whitehead A.N. Aims of Education and other essays. – London, 1929. – P. 47.

свобода, под которой понимается свобода отдельного ученого в процессе поиска истины и производства знания без опасения наказания или увольнения за оскорбление какой-либо политической, религиозной или социальной ортодоксии; приоритет научных исследований; и подготовка элитных научных кадров. Академическая свобода является одной из составных частей академической автономии, включающей также субстантивную и процедурную автономии. Под субстантивной автономией подразумевается власть высшего учебного заведения в определении его собственных целей и программ, а под процедурной автономией понимается власть университета определять средства, при помощи которых его цели и программы будут достигнуты<sup>189</sup>. Академическая автономия в течение долгого времени выступала не только способом организации академической профессии, но и неотъемлемой частью профессиональной идентичности научного и университетского сообщества. В соответствии с принципами автономии, государство, финансировавшее деятельность университетов, практически не вмешивалось в их работу, предоставляя полную свободу действий. Таким образом, основными направлениями деятельности классического университета выступали организуемые на принципах академической автономии научно-исследовательская и образовательная деятельность, а основными функциями были производство, накопление и хранение, передача и распределение знаний.

Однако одной из особенностей классического университета времен В. Гумбольдта было обучение небольшого числа студентов. Произошедшие в XXв. процессы массовизации уже высшего образования послужили одной из причин отхода от первоначальных принципов деятельности классического университета, и формирования, начиная с 40-60 годов XX века, так называемого постклассического университета. В отличие от классического университета, единой модели постклассического университета не существует, и под определение постклассический университет попадают сегодня принципиально разные институциональные образования. С одной стороны, они сохраняют традиционные для университета направления деятельности, такие как проведение

---

<sup>189</sup> Шпаковская Л. Политика высшего образования в Европе и России. – СПб.: Норма, 2007. – С. 25 - 36

научных исследований и обучение, поскольку являясь базами академических разработок, выполняют функцию генерации знаний и их распространения. С другой стороны, в деятельности университетов постклассического типа появляется ярко выраженная рыночная ориентация, в связи с чем традиционные направления приобретают новую качественную специфику. Если для университета классического типа ключевыми процессами выступали трансляция знаний, норм культуры и производство нового знания, то в деятельности университетов постклассического типа ключевым процессом становится коммерциализация нового знания через трансфер технологий и создание инновационных компаний. Кроме того, университеты постклассического типа отличает переход от универсальных к утилитарным целям высшего образования, и, как следствие, выхолащивание идеи культуры из идеи университета; дифференциация университетского образования под воздействием рынка труда; самостоятельное определение своей миссии, в том числе, через определение своей рыночной ниши<sup>190</sup>. Таким образом, можно отметить, что в модели постклассического университета реализуются принципы второго подхода к задачам университетского образования, воплотившиеся ранее в модели американского университета. В связи с тем, что «образовательные реформы сегодня находятся под влиянием научно-исследовательских разработок в англосаксонских странах»<sup>191</sup>, именно этот подход получает все более широкое распространение.

В многообразии университетов постклассического типа, можно выделить наиболее значимые для функционирования инновационной экономики университеты, занимающиеся активной инновационной деятельностью. К ним, на наш взгляд, относятся так называемые предпринимательские университеты, а также университеты исследовательского типа. Основные положения концепции «предпринимательского университета» были изложены в вышедшей в 1986 году

---

<sup>190</sup>Ткач Д.С., Щипкова А.А. Архаична ли идея классического университета//Образовательные технологии. – 2013. – №3. – С.48

<sup>191</sup>Салберг П.Образовательные реформы для повышения экономической конкурентоспособности//Вестник международных организаций. – 2009. – № 1 (23). – С.18

монографии профессора калифорнийского университета Б. Кларка, «Предпринимательский университет». Сам Б. Кларк, к основному признаку предпринимательского университета относил отсутствие боязни коммерциализировать генерирование и распространение знаний, поскольку члены такого университета не видят в коммерциализации опасности для академических традиций и качества образования<sup>192</sup>. Он же выделил и другие характеристики предпринимательского университета, такие как усиление управленческого ядра университета, расширение связей с группами и организациями за пределами ВУЗа, диверсификация источников финансирования, стимулирование предпринимательской активности подразделений ВУЗа, развитие всеобъемлющей предпринимательской культуры. Таким образом, предпринимательский университет можно определить как высшее учебное заведение, осуществляющее обучение и исследования в области бизнеса и других социально-экономических сферах, тесно взаимодействующее с промышленностью, где внедряются разработки университетских ученых, способное, благодаря этому, привлечь дополнительные финансовые ресурсы для обеспечения своей деятельности, а также использующее инновационные методы обучения. Базовым отличием предпринимательского университета от традиционного университета классического типа выступает рыночная ориентация деятельности, совмещение преподавательской и научно-исследовательской деятельности с предпринимательской с целью получения от нее прибыли, привлечение больших финансовых вложений, как со стороны крупных корпораций, так и со стороны правительства, а также наличие в его структуре объектов инновационной инфраструктуры.

Хотя сам Б. Кларк еще не употреблял понятия «инновационный университет», или университет, занимающийся инновационной деятельностью, но, на наш взгляд, связь предпринимательского университета с инновационной экономикой, а инновационной миссии – с предпринимательской компонентой

---

<sup>192</sup> Университет исследовательского и предпринимательского типа: европейский опыт для Молдовы, России и Украины». Научно-практическое издание / кол. авторов рук. авт. коллектива Хименко О. А. – К.: Общество с ограниченной ответственностью «Т. А. Т. ГРУП», 2011. – С.60

деятельности университета очевидна. Многие исследователи, например В. Зомбарт, Й. Шумпетер, П. Дракер, Л. Мизес, Ф. Хайек и другие рассматривали инновационность в качестве главной характеристики предпринимательской деятельности. Кроме того, ориентация на предпринимательскую деятельность, связи с представителями бизнес-структур, наличие объектов инновационной инфраструктуры позволяет университету не только заниматься производством инновационных идей и продуктов для разных отраслей экономики, но и готовить не просто специалистов, а инноваторов.

Другой разновидностью учреждения высшего образования, занимающегося активной инновационной деятельностью, являются исследовательские университеты. Термин «исследовательский университет» (research university – англ.) впервые появился в США и использовался для обозначения небольшой группы учебных заведений, в которой осуществлялась развернутая программа исследований, тесно сопряженная с учебным процессом. Е.В. Неборский датирует появление исследовательских университетов второй половиной XX в. когда в США после второй мировой войны на основе взаимодействия правительства, университетов и бизнеса был создан эффективный механизм производства и последующего расширенного воспроизводства знаний. Как отмечает Е.В. Неборский, в первое время исследовательские университеты в США получали активную поддержку фундаментальных исследований со стороны федерального правительства. Но в 90-х гг. XXв. федеральное правительство, в связи с обострившимся бюджетным дефицитом, взяло курс на ограничение своего участия в развертывании университетских исследований, а бремя их финансирования было переложено на бюджеты штатов и местный бизнес, которые, в отличие от федералов, потребовали большего участия университетов в развитии региональной экономики и решении практических задач. В поисках средств на свободном рынке университеты вынуждены были обслуживать средний и малый бизнес, не имевший возможности содержать научные лаборатории, продавая лицензии на свои патенты, создавая собственный бизнес,

оказывая консультационные услуги, выполняя контрактные работы и т.д.<sup>193</sup>. Успешность адаптации университетов к изменившимся условиям финансирования, а также их обоюдно плодотворная интеграция с бизнесом послужили причиной того, что «в политических кругах США сформировалось устойчивое мнение, что университеты представляют собой недоиспользованный ресурс американской экономики в борьбе за мировые рынки и экономический рост»<sup>194</sup>. В свою очередь, результативность взаимовыгодного сотрудничества исследовательских университетов и бизнес-структур, позволившая университетам привлекать значительные средства для проведения исследований, а бизнесу – использовать научные разработки для производства инновационных продуктов, сделали университеты такого типа объектом для подражания во всех промышленно развитых странах. Как отмечает Е.В. Неборский, «европейские страны, где еще в начале XXв. в организации исследований доминировала альтернативная германская система, основанная на создании специализированных институтов, к концу того же века стали переходить на американскую систему исследовательских университетов»<sup>195</sup>.

К отличиям исследовательского университета от университета классического типа, таким образом, можно отнести то, что традиционные функции подготовки специалистов и проведения фундаментальных исследований дополняются активной деятельностью университета по передаче новых технологий в промышленность и бизнес. Еще одной особенностью университетов этого типа является создание вокруг них исследовательских парков, представляющих собой объединенную вокруг научного центра (исследовательского университета) научно-производственную, учебную и социально-культурную зону обеспечения непрерывного инновационного цикла<sup>196</sup>.

---

<sup>193</sup> Неборский Е.В. Исследовательские университеты США. Противоречие между «академическим капитализмом» и поиском «истины» // Экономика образования. – 2012. – № 2. – С. 128.

<sup>194</sup> Florida R. The Role of the University: Leveraging Talent, Not Technology // AAAS Science and Technology Policy Yearbook, 2000 / A. Teich, S. Nelson, C. McEnaney, P. 363-373

<sup>195</sup> Неборский Е. В. Исследовательские университеты США. Противоречие между «академическим капитализмом» и поиском «истины» // Экономика образования. – 2012. – №2. – С.126а-132.

<sup>196</sup> Университет исследовательского и предпринимательского типа: европейский опыт для Молдовы, России и Украины». Научно-практическое издание / кол. авторов рук. авт. коллектива Хименко О. А. – К.: Общество с ограниченной ответственностью «Т. А. Т. ГРУП», 2011. –С.53

Этот набор характеристик и функций позволяет, если не назвать исследовательский университет инновационным университетом, то, по крайней мере, отметить его роль в качестве значимого субъекта инновационной экономики. Как правило, наличие у университета инновационной миссии, появление предпринимательской составляющей его деятельности, увеличение числа предпринимательских и исследовательских университетов, оценивается представителями властных структур и значительным числом представителей научного сообщества однозначно позитивно. Выполнение университетом предпринимательских функций, создаваемые на его основе бизнес-инкубаторы, научные парки, и различные объединения становятся источником экономической активности и международного обмена, что стимулирует экономическое развитие региона. Многие западные университеты, объединяя свои исследовательские и образовательные возможности, сами создают фирмы новой формации в продвинутых областях науки и технологии. Это не только приводит к появлению новых продуктов и процессов на рынке и стимулирует экономический рост, но и создает новые рабочие места.

Еще одним позитивным моментом в функционировании предпринимательских университетов является появление у них дополнительной статьи доходов от «третьих лиц» за счет коммерциализации разработок. Например, источниками средств помимо федерального и местного бюджетов могут выступать частные фирмы, в том числе крупные корпорации, благотворительные, фандрайзинговые и попечительские фонды, гранты, доходы от учебной, исследовательской, производственной и консультативной деятельности и т.п. Кроме того, по мнению некоторых исследователей, инновационное направление деятельности университетов, основанное на успешности осуществления ими рыночно ориентированных исследований в форме исследовательских грантов, сервисных контрактов, трансфера технологий и развития государственно-частных партнерств, выступает в качестве конкурентного преимущества, которое университеты могут использовать в борьбе



за привлечение студентов и их средств<sup>197</sup>.

В русле общемировой тенденции сокращения государственного финансирования высшего образования<sup>198</sup> инновационная (предпринимательская) деятельность университета дает прекрасное оправдание сокращению правительственных расходов. А в некоторых случаях уменьшение финансирования рассматривается правительством как способ стимулирования усилий университетов по развитию вторичных финансовых источников за счет инновационных разработок. Достаточно очевидные плюсы, получаемые университетами от инновационной деятельности, служат причиной того, что университет, занимающийся ею, будь это предпринимательский университет или университет исследовательского типа, видится большинству исследователей оптимальной моделью института образования. В результате в мире получают широкое распространение процессы создания университетов нового типа или перевода классических университетов (после соответствующих изменений) в статус исследовательских. Эти процессы встречают поддержку не только представителей научных кругов, но и представителей властных структур.

Таким образом, определяющую роль в формировании инновационной экономики и, соответственно, инновационной культуры, сыграло начавшееся в середине XIXв. и получившее постепенную легитимацию в общественном сознании объединение научно-исследовательской деятельности и деятельности коммерческих предприятий. Увеличение масштабов осуществлявшихся первоначально в формате промышленных исследовательских лабораторий научных исследований, связанных с техникой и промышленностью, послужило причиной расцвета прикладных отраслей научного знания. В результате наряду с уже существовавшей университетской наукой сформировалась промышленная наука. Высокая эффективность применения результатов прикладных исследований постепенно привела к доминированию промышленной науки над

---

<sup>197</sup>Бодункова А.Г., Чёрная И.П. Проблемы реализации стратегических приоритетов ВУЗов на основе фрактального подхода// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. –№1. –С.97

<sup>198</sup>Например, в США Государственная финансовая поддержка даже государственных вузов (как на федеральном уровне, так и на уровне штатов) покрывает не более 30% всех расходов

университетской, к переориентации научно-исследовательских разработок на решение практических запросов и вызовов экономики, что закрепило представления о науке как о решающем факторе инновационного развития экономики.

Сходные процессы затронули и систему образования, в которой с начала ее формирования боролись два подхода относительно целей образования: подготовка рабочей силы для постоянно усложняющегося промышленного производства и развитие личности. Первый подход был реализован в деятельности классических университетов, появившихся в Европе, а второй – утилитарный – в деятельности американских университетов, а позже, так называемых, постклассических университетов, к которым относятся занимающиеся активной инновационной деятельностью предпринимательский и инновационный университеты. Активная деятельность университета по трансферу результатов научных исследований в промышленность и бизнес определила роль университета как значимого субъекта инновационной экономики. Успешность (в том числе в финансовом плане) деятельности университетов постклассического типа в качестве субъекта рыночных отношений предопределили позитивную оценку университетов постклассического типа и массовый, иницируемый и поддерживаемый государственными структурами, переход к этой модели организации институтов высшего образования.

Наука и образование, определив качество развития экономики и субъектов экономических отношений, создали предпосылки для возникновения следующих структурных элементов инновационной культуры: качеств человека как субъекта инновационной культуры, формируемых в рамках образовательных институтов, а также характеристик среды его обитания. К этим характеристикам относятся высокий темп и постоянный характер изменений, а также высокий уровень неопределенности перспектив как экономического, так и социального развития, являющиеся следствием включения науки в процессы материального производства.

## **2.3 Искусство – генератор ценностных оснований инновационной культуры**

Одной из важных детерминант экономической деятельности выступают гуманитарные предпосылки, оказывающие влияние на экономику через «общее» воспитание человека, состояние общества и т.п. К такого рода предпосылкам некоторые исследователи относят характер художественных ценностей, образов, идеалов, представленных в произведениях искусства<sup>199</sup>. Искусство выступает как область духовного производства, концентрирующая и выражающая через себя принципы отношения человека к действительности, к обществу, к природе, и аккумулирующая в себе ценностный компонент этих отношений. Зачастую искусство, раньше других форм общественного сознания выявляет и фиксирует в своих произведениях сущностные особенности культуры, интуитивно «схватывая» то, что лишь зарождается в обществе, и, выполняя, тем самым, «культурную миссию авангардного самосознания культуры»<sup>200</sup>. Непринужденно и непосредственно влияя на человека, воздействуя на его эмоционально-чувственную сферу, искусство не только формирует его отношение к действительности, но и в некоторых случаях легитимизирует и закрепляет определенные ценности в общественном сознании, способствуя их проникновению в качестве регуляторов деятельности в другие сферы общественной жизни, в том числе и в экономическую сферу.

Инновационная экономика не могла бы функционировать и развиваться без релевантной ей системы ценностных ориентаций, обеспечивающих нормативную регуляцию поведения субъектов экономической деятельности. Так, к основным мотиваторам производства и потребления инновационной продукции можно отнести безусловную ценность новизны, закреплённую не столько в сознании производителя (вынужденного выпускать инновационные товары, под влиянием все время ужесточающейся конкуренции), сколько в сознании потребителя,

---

<sup>199</sup> Архипов А.Ю., Евграфова О.В., Зотова Т.А., Королев В.К. Экономическая культура. – Ростов н/Д, Изд-во Рост.ун-та, 2006. – С.14

<sup>200</sup> Каган М.С. Введение в историю мировой культуры. – СПб: ООО Издательство Петрополис, 2003. – С.172

которого именно новизна товара (не важно, реальная или так им воспринимаемая) стимулирует к его потреблению. Как отмечает В. Г. Федотова, «В современном обществе даже производство нового, противоположное воспроизводству традиции, с трудом может быть отнесено к общей цели или интересу. Скорее это – ценность, одобряемая большинством и, с другой стороны, механизм функционирования общества»<sup>201</sup>. Еще одной важнейшей ценностью инновационной культуры выступает продуктивная креативность. Как справедливо заметил А.Г. Щелкин, «креатив» – это императивный девиз современного общества. Сегодняшняя цивилизация стала себя идентифицировать как тотально креативная<sup>202</sup>. К другим ценностям, ориентация на которые обеспечивает эффективную деятельность институтов инновационной экономики, их функционирование и развитие, мы можем отнести ценности постоянного обновления, изменений, риска, самовыражения и самореализации, эмоционального отношения к действительности. Если проследить природу этих ценностей, время и историко-культурные особенности их возникновения и распространения в общественном сознании, то можно отметить, что эти ценности были впервые провозглашены в искусстве эпохи романтизма, получили свое развитие в искусстве модернизма (идейно-философской почвой которого выступил неоромантизм), а также определили направление развития искусства постмодернизма, поскольку в культурно-эстетическом плане постмодернизм выступает как освоение опыта художественного авангарда («модернизма» как эстетического феномена)<sup>203</sup>.

Близость ценностных установок, например, модернизма с принципами функционирования инновационной экономики может быть продемонстрирована следующим образом. Как отмечает Ж. Липовецки, «Модернизм запрещает остановки, вынуждает непрерывно изобретать, бежать вперед»<sup>204</sup>, а Роберт И.

---

<sup>201</sup> Федотова В.Г. Модернизация «другой» Европы. – М.: ИФ РАН, 1997. –С.160

<sup>202</sup> Щелкин, А.Г. «Креативная» цивилизация. Идея инновации в свете социологической классики// Петербургская социология сегодня: Сборник научных трудов Социологического института РАН. – СПб.: Нестор-История, 2011. – С. 281

<sup>203</sup> Философский словарь/Под ред. И.Т. Фролова.- 7-е изд., перераб. и доп. – М.:Республика,2001. –С. 442

<sup>204</sup> Липовецки Ж. Эра пустоты эссе о современном индивидуализме. перевод с французского В.В.Кузнецова. – СПб.: Издательство «Владимир Даль», 2001. – С.123

Коул обращает внимание на то, что «... в условиях интенсивной технологической конкуренции на мировых рынках преимущества могут быть завоеваны компанией посредством непрерывного внедрения инноваций, создания новых семейств продукции и организации новых производств. В современных отраслях от менеджеров постоянно требуют ускорения разработки, изготовления и поставок новой продукции, интегрирования этих операций в единый непрерывный процесс»<sup>205</sup>. Ж. Липовецки иллюстрирует «имманентное противоречие модернизма», используя слова искусствоведа О.Паса: «Современность представляет собой своего рода творческое саморазрушение....», а как отмечают Дж. Хиз и Э. Портер, «Капитализм процветает на том, чему экономист Йозеф Шумпетер дал знаменитое определение: «постоянный шторм созидательного разрушения». О. Пас также замечает, что «Модернистское искусство не только дитя критического века, но и свой собственный критик. Парадоксальна концепция модернизма, который разрушает и обесценивает то, что сам создает, новое тотчас переходит в разряд старого»<sup>206</sup>, а авторы книги «Бизнес в стиле фанк», К. Нордстрем и Й. Риддерстрале пишут: «Инновационность означает конкуренцию с самим собой. Главное послание руководства компаний в Силиконовой Долине своим отделам развития: «Сделайте устарелой свою собственную продукцию»<sup>207</sup>. Ключевой характеристикой инновационной экономики является необходимость постоянных изменений во всех элементах производственно-экономических отношений, а Ж. Липовецки, описывая особенности модернизма, заявляет: «отныне не одобряется никакое положительное содержание; единственный принцип, определяющий искусство, – это различные формы изменения»<sup>208</sup>.

Таким образом, можно предположить, что основные ценности сегодняшней инновационной культуры были предвосхищены в произведениях искусства и тем

---

<sup>205</sup> Коул Р.И. От непрерывного совершенствования к постоянным инновациям// «Качество в XXI веке. Роль качества в обеспечении конкурентоспособности и устойчивого развития»: Пер. с англ. А. Раскина / Под ред. Т. Конти, Е. Кондо, Г. Ватсона. – М.: РИА «Стандарты и качество». Серия «Практический менеджмент», 2005. – С. 138-139

<sup>206</sup> Paz O. Point de convergence. – Gallimard, 1976. –Р.16

<sup>207</sup> Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта. – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2003. – С.221

<sup>208</sup> Каган М.С. Введение в историю мировой культуры. – СПб: ООО Издательство Петрополис, 2003. – С.227

самым искусством, в определенной степени подготовило ценностную базу, и общественное сознание для адекватного восприятия особенностей функционирования инновационной экономики, обеспечив ей возможности развития.

Установка на безусловную ценность новизны и нового как такового получила начало в искусстве эпохи романтизма. Как отметил М.С. Каган: «Романтизм завершил переход от традиционной культуры с ее стабильными принципами, освященными авторитетом мифа и воспринимавшимися поэтому не как ценности, а как объективные законы бытия, к культуре личностно-креативной, динамичной и инновационной, ценностное обеспечение которой воспринималось уже не как раз и навсегда данное, божественное по своему происхождению, а как человеческое, формирующееся в культуре, и потому изменчивое – и в историческом времени, и в географическом пространстве<sup>209</sup>. Именно романтики выдвинули важное не только для культуры XIX в., но и для современной инновационной экономики положение «Прекрасно то, что ново».

Нашедший свои корни в романтизме модернизм, по словам М.С. Кагана, зафиксировал уже в самом своем названии утверждение новизны главной целью творчества и, соответственно, – главным критерием ценности его плодов. «Ничего подобного история мировой культуры еще не знала даже в тех случаях, когда потребность в новаторстве определяла характер деятельности людей: в культуре Возрождения, в полемике «архаистов и новаторов (*anciens et moderns*) в XVII в., затем в эстетике Романтизма, – во всех случаях, когда новаторство ценилось как средство адекватного выражения нового миропонимания, новых идей и идеалов. Модернизм же впервые в истории сделал новизну самоцелью и призвал оценивать ее по мере оригинальности, невиданности создаваемого, независимо ни от чего другого<sup>210</sup>. Модернизм не довольствуется стилистическими вариантами и незнакомыми темами, он стремится разрушить преемственность, соединяющую

---

<sup>209</sup>Каган М.С. Философская теория ценности. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997. –С.13

<sup>210</sup>Каган М.С. Введение в историю мировой культуры. – СПб: ООО Издательство Петрополис, 2003. –С.227

нас с прошлым, создать совершенно новые произведения<sup>211</sup>. Как пишет М.С. Каган, «главными ценностями этого нового типа культуры стали новизна, оригинальность, неповторимость, а антиценностью – традиционность»<sup>212</sup>. Таким образом, именно модернизм в своем развитии подготовил общественное сознание к восприятию новизны в качестве безусловной ценности, а традиции – как антиценности. Описывая современное ему общество, В. Зомбарт, констатирует уже определенное состояние общественного сознания по отношению к новизне: «Новое возбуждает любопытство людей нашего времени, потому что оно ново. Сильнее всего, если это явление «еще никогда не было». Мы называем впечатление, производимое на людей сообщением нового, лучше всего еще «небывалого», сенсацией. Характер наших увеселений, моды, радость от новых изобретений – все решительно свидетельствует об этом сильном интересе к новому, гнездящемся в психике современных людей и побуждающем их постоянно снова стремиться к новому и искать его»<sup>213</sup>.

Искусству романтизма и модернизма принадлежит огромная роль в утверждении ценности творчества, выступающего в инновационной экономике неперенным спутником трудовой деятельности, необходимым составляющим инновационной деятельности, и необходимым компонентом материального производства. Несмотря на спорадические попытки включения творческого элемента в трудовые процессы в более ранние исторические эпохи, в основном творчество было востребовано не в производственной сфере, а в сфере искусства. Именно там сложились основные принципы и способы осуществления творческой деятельности, целью которой выступали самореализация и самовыражение художника.

Так, противопоставление культа творчества, примата воображения над рассудком, призыва к раскрепощению творческих сил человека бюргерскому, «филистерскому» миру рассудка, закона, утилитаризма, атомизации общества,

---

<sup>211</sup> Липовецки Ж. Эра пустоты эссе о современном индивидуализме. перевод с французского В.В.Кузнецова. – СПб.: Издательство «Владимир Даль», 2001. –С.122 -123

<sup>212</sup>Каган М.С. Философская теория ценности. – СПб.: ТОО ТК «Петрополис», 1997.–С.194

<sup>213</sup> Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека// Собрание сочинений в 3-х томах. –СПб.: Владимир Даль, 2005. –Т.1 – С.223-224

безграничной вере в линейный прогресс является основной чертой движения Романтизма<sup>214</sup>. Уже в йенском романтизме выражена претензия на неограниченную полноту прав личности не только на самоутверждение и самовыражение, но и на преобразование реальности, если не материально-практическое, то хотя бы иллюзорно-духовное....<sup>215</sup>. В романтизме были сформированы основные представления об особенностях творческой деятельности (художника), характерные для западной культуры Нового времени. К ним можно отнести свободу художника от правил и подчинения, отношение к таланту и вдохновению как к главным регуляторам творческой деятельности, право на преобразование реальности (пока только иллюзорно-духовное) как результат самовыражения художника. Кроме того, отголоски романтических представлений о природе творчества и принципах творческой активности можно заметить в современных теориях творчества в той их части, где признается, что творчество – это универсальная натуральная функция, присущая всем нормально развивающимся детям, и деградирующая под влиянием воздействия общества. Именно для эпохи Романтизма были характерны представления о детях, как обладателях максимума возможностей, которые затем, в процессе взросления, рассеиваются и теряются.

Модернизм, развивая идеи романтизма, также уделял особое внимание творчеству как способу самовыражения художника. В частности, поиск самовыражения, эксперимент были провозглашены модернизмом высшей ценностью. Создатель инновационной теории Й. Шумпетер перенес эти ценности в сферу предпринимательской деятельности и наделил предпринимателя, по сути, качествами художника. Так, по мнению Й. Шумпетера, прибыль не всегда является основным мотивом для предпринимателя. Зачастую мотивирующим фактором выступают личное желание предпринимателя созидать (*artistic creation*), его потребность в самовыражении (*outlet of his temperament*), желание показать

---

<sup>214</sup> Паниотова Т.С. Культурная история Запада в контексте модернизации (XIX-начало XXв.): монография. Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2012. – С 72

<sup>215</sup> Каган М.С. Введение в историю мировой культуры. – СПб: ООО Издательство Петрополис, 2003. – С.188.



свои возможности, просто начав делать что-то новое. Его положение о том, что капитализм есть эволюционный процесс «порождения и проверки», процесс постоянной революции, при котором старые экономические структуры разрушаются и заменяются новыми, в связи с чем создание революционных продуктов и методов является задачей предпринимателей, созвучно характеристике, данной Ж. Липовецки модернизму, согласно которой, модернизм представлял собой этап революционного творчества бунтующих художников<sup>216</sup>.

Поскольку инновационной экономике необходимо не творчество избранных, а творчество массы, не художников, а работников на производстве, установки модернизма в чистом виде не отвечают ее интересам. Кроме того, при декларативной заинтересованности в радикальной новизне результатов творчества (характерной как раз для установок модернизма) рынок в лице как производителей, так и потребителей фактически заинтересован в непрерывности инноваций, относительной новизне, достаточной чтобы заинтересовать потребителя, но при этом доступной для его восприятия и понимания. В этих обстоятельствах, интересам субъектов инновационной экономики в большей степени отвечают установки уже не модернизма, с его призывами к радикальному разрыву с традицией, с требованием постоянного создания новых сюжетов, материалов и механизмов, но постмодернизма.

По словам Ж. Липовецки, «постмодернизм....довершает демократическое обновление искусства, продолжая работу по ликвидации отстраненности. Он всячески способствует персонализации открытого творчества, впитывая в себя все стили, одобряя самые немыслимые сочетания и дестабилизируя представления об искусстве<sup>217</sup>. Между тем, можно отметить, что персонализация открытого творчества, одобрение самых немыслимых сочетаний – это установки, характерные для институтов инновационной экономики, и способствующие ее развитию. Именно в постмодернизме произошли «спонтанная и реальная

---

<sup>216</sup> Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. перевод с французского В.В.Кузнецова. – СПб.: Издательство «Владимир Даль», 2001. – С.183

<sup>217</sup> Липовецки Ж. Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме. перевод с французского В.В.Кузнецова. – СПб.: Издательство «Владимир Даль», 2001. – С.184

демократизация творческой практики»<sup>218</sup>, снижение верховных ценностей, отказ от трансцендентных идеалов, влекущих в свое время творцов модернистского искусства. Снижая требования к результатам творчества, упрощая процедуру создания нового, радикально меняя критерии оценки результатов творчества от объективной новизны в сторону субъективизма, от социальной значимости в сторону индивидуальной, постмодернизм позволяет легитимизировать вовлечение в творчество масс, независимо от уровня их способностей и таланта. Установка постмодернизма, согласно которой он представляет собой этап свободного самовыражения, доступного всем, встречает широкую поддержку в массах. Так, как заметил Ж. Липовецки, «демократизация пришлась по вкусу самовлюбленному нарциссу, жадно стремившемуся к самовыражению, к творчеству. Чуть ли не каждый стремится к самовыражению; мы действительно оказались вовлеченными в процесс персонализации культуры»<sup>219</sup>. Предоставив возможности творческой самореализации в профессиональной сфере и трудовой деятельности для всех, работодателю только остается направить эти стремления в нужное ему русло с целью удовлетворения своих экономических интересов.

Установки постмодернизма, между тем, определяют в современном обществе не только массовость творческих проявлений, но и принципы и технологии создания нового. Отвергая, прежде всего, модернистские ценности, постмодернизм по отношению к классической культуре прошлого, использует переосмысление, заимствование, эксплуатацию ранее разработанных форм. Известный теоретик искусства Б. Гройс пишет: «Современная критика справедливо поставила под сомнение возможность порождения человеком действительно новых вещей. Различные теории интертекстуальности (*понятие постмодернистской текстологии* – курсив наш) показали, что новое всегда состоит из старого, из цитат, из отсылок к традиции, из модификаций и интерпретаций уже имеющегося»<sup>220</sup>.

В результате для современного общества характерно не просто понимание

---

<sup>218</sup> Там же

<sup>219</sup> Там же. С.183-184

<sup>220</sup> Гройс Б.Е. Утопия и обмен. – М.:«Знак», 1993. –С.153

креативности как процесса перекомбинации известных идей, хрестоматийных образов, актуализации старых смыслов, но и увеличение масштабов применения так называемой вторичной, или «комбинаторной» креативности, под которой понимается порождение относительной новизны: культурный перенос идей, понятий, структур из одной области мира в другую<sup>221</sup>. Такие технологии создания нового получают широкое распространение и в инновационной экономике (брокеринг идей), и в искусстве.

К другим ценностям инновационной культуры, которые нашли свое первичное отражение и закрепление в искусстве, можно отнести ценность эмоционального отношения к действительности в противовес рациональному. Современный бизнес, пытаясь проникнуть в сознание потребителя, все чаще обращается не к разуму, а к эмоциям. К. Нордстрем и Й. Риддерстрале пишут: «В условиях новой экономики ваша задача – посылать людей путешествовать в хаос и неопределенность будущего». Они цитируют профессора Мичиганского университета Тичи, который считает, что «самый лучший способ заставить людей открывать неизведанные земли – сделать это занятие желанным для них путем воссоздания этого путешествия в их воображении». Вместо того, чтобы просто убеждать людей, пора начать помогать им – обращаться к их эмоциям, подсознанию, к их желаниям. Чтобы добиться этого, необходимо воззвать к Любви, Интуиции и Желаниям, а не тратить силы впустую, вызывая к Смыслу». Единственный путь создания прибыли – это привлечение эмоциональных, а не рациональных сотрудников и клиентов, и апелляция к их чувствам и фантазиям»<sup>222</sup>. Между тем, для западной культуры традиционно характерна высокая оценка роли рациональности, связанной с эффективностью, картезианским отношениям к жизни, в ущерб эмоциональности, оказывающейся где-то на периферии, вне поля зрения человека. Для многих людей ценность эмоций, если они признают существование таковых вообще, а не считают их

---

<sup>221</sup> Касавин И.Т. Миграция. Креативность. Текст. Проблемы неклассической теории познания. – СПб: изд-во РХГИ, 1999. –408с.

<sup>222</sup> Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта. – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2003. –С.266, 267

лишь препятствием для ясного логического мышления, оказывается чем-то очень личным, даже интимным<sup>223</sup>. Эмоциональная же доминанта, так востребованная сегодня в экономических отношениях, равно как и предоставление неограниченной свободы воображению впервые проявили себя в романтизме как характеристики романтического сознания<sup>224</sup>, а затем нашли наиболее яркое выражение в экспрессионизме, до предела усилившим эмоциональность модерна, и, наконец, закрепились в выработанных в рамках постмодернистской парадигмы постматериалистических ценностях, убеждениях, нормах и стереотипах поведения. Так, Н. Б. Маньковская отмечает, что, если раньше предпочтение отдавалось развитию таких качеств человека, как усердие, любовь к порядку, основательность, пунктуальность, работоспособность, связанных с обеспечением безопасности, поддержанием жизнедеятельности, потребительскими нуждами, стремлением сделать карьеру, то теперь гораздо большее значение приобретают человечность, сила воображения, эмоциональность, душевная теплота, нежность<sup>225</sup>.

Таким образом, искусство романтизма, модернизма и постмодернизма сыграло роль фундамента для формирования гуманитарных предпосылок появления инновационной культуры. Утвердив в качестве принципов отношения к окружающей действительности примат обновления перед сохранением, активное преобразование реальности как результат самовыражения и самореализации, использование воображения как инструмента этого преобразования, иррациональное и эмоциональное отношение к миру в качестве ценностей, и, обеспечив их распространение в общественном сознании посредством реализации в художественных произведениях, искусство сформировало ценностно-нормативную базу и для экономических преобразований, результатом которых стала инновационная экономика.

---

<sup>223</sup>Лэнгле А. Экзистенциально-аналитическое понимание эмоциональности// Национальный психологический журнал. – 2015. – №1(17). – С.28

<sup>224</sup>Каган М.С. Введение в историю мировой культуры. – СПб: ООО Издательство Петрополис, 2003. – С.197

<sup>225</sup>Маньковская Н.Б. Эстетика постмодернизма. – СПб.: Алетейя, 2000. – С.135-136

## ГЛАВА 3 ЛИЧНОСТНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

### 3.1 Понятие инновационная личность

Согласно взятой нами за основу системной деятельностной концепции культуры, одним из ее структурных элементов, выступают определенные качества человека как культурного существа. Как обращает внимание М.С. Каган, сущностной характеристикой этих качеств (к которым он относит потребности человека, его способности и умения, знания, ценности и идеалы, а также отношение к другим людям и самому себе) является не врожденность, а «благоприобретенность» этих качеств в ходе жизни человека. На наш взгляд, именно эта форма бытия инновационной культуры интуитивно выделяется исследователями, определяющими ее как совокупность личностных характеристик человека в целом, и как субъекта производственной деятельности.

Предположение о том, что современный человек должен обладать определенной совокупностью качеств, выделяющих его именно как субъекта инновационной культуры и позволяющих эту совокупность характеристик (поскольку именно они на современном этапе общественного развития являются социально-значимыми) рассматривать как систему и особый тип личности, подтверждается появлением и использованием в современных специальных исследованиях терминов «инновационный человек» и «инновационная личность». Анализ смыслового наполнения и особенностей употребления вышеуказанных терминов позволяет отметить следующее.

Термин «инновационный человек» используется в работах следующих авторов (В.И. Супрун, Н.И. Иванова, В.Л. Иноземцев, В.В. Иванов, Г.А. Унтура, В.Е. Лепский, В.И. Кудашов и др.)<sup>226</sup>, а также в «Проекте Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года». Однако анализ используемых ими дефиниций показал, что однозначного

---

<sup>226</sup> Инновационный человек и инновационное общество. Под ред. В. И. Супруна. – Н.: ФСПИ «Тренды », 2012. – 424 с.

определения «инновационный человек» в трудах исследователей не разработано, и авторы, как правило, ограничиваются эмпирическим описанием его основных характеристик, отталкиваясь от особенностей инновационной экономики. Так, в «Проекте Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года» (далее – Стратегия) дается следующее определение: «Инновационный человек» – более широкая, чем инновационный предприниматель, категория, означающая, что каждый гражданин должен стать адаптивным к постоянным изменениям: в собственной жизни, в экономическом развитии, в развитии науки и технологий, активным инициатором и производителем этих изменений, рассматривающим постоянное развитие как неотъемлемую часть своих жизненных принципов<sup>227</sup>. Хотелось бы обратить внимание на то, что понятие «инновация» во всем многообразии его значений, как существующих, так и употребляемых в современном научном дискурсе, не тождественно понятиям «изменение» и «развитие». Изменение как категория философского дискурса означает переход из одного состояния в другое (и не обязательно прогрессивный переход), смену содержания во времени. Развитие, по определению, – это поступательное движение, эволюция, переход от одного состояния к другому, процесс необратимых, направленных и закономерных изменений, приводящий к возникновению количественных, качественных и структурных преобразований психики и поведения человека. В ходе развития действуют разнонаправленные процессы, так как общая линия прогрессивного развития переплетается с изменениями, которые образуют, так называемые, тупиковые ходы эволюции или даже направлены в сторону регресса<sup>228</sup>. Таким образом, попытка определить инновационного человека через категории изменение и развитие никак не проясняет сущности понятия «инновационный человек». Несколько уточняет отличие инновационного человека от инновационного предпринимателя, заявленное, но не конкретизированное в Стратегии, В.И. Супрун, по мнению которого «Инновационный человек

---

<sup>227</sup> Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. Минэкономразвития России. С.45 URL: <http://www.economy.gov.ru/minec/> (Дата обращения 08.07.2015)

<sup>228</sup> Философский энциклопедический словарь. –М.: Советская энциклопедия, 1983. – С. 561

отличается от предпринимателя по своим целям: если предприниматель хочет увеличить свою прибыль, то инновационный человек стремится изменить общество. Это станет возможным, если он будет способен сломать стены парадигм, отказаться от привычных образцов мышления и применить принципы критического и инновативного подхода к устарелым формам социальной и экономической деятельности».

Последующие определения «инновационного человека» находятся в русле его понимания авторами Стратегии, выделяя в качестве основополагающей характеристики – позитивное отношение к переменам, наличие навыков устойчивой адаптации к изменениям и способность самому генерировать эти изменения. Среди других характеристик инновационного человека различные авторы акцентируют внимание на способности и готовности к постоянному переобучению и самообучению, профессиональной мобильности, стремлении к новому, способности к критическому мышлению и готовности к разумному риску, креативности и предприимчивости, умении работать самостоятельно и готовности к работе в команде, готовности к работе в конкурентной среде, а также широком владении современными коммуникационными средствами<sup>229</sup>.

Однако в целом авторы вышерассмотренных определений, в том числе и авторы Стратегии, рассматривают основные характеристики инновационного человека достаточно широко, что, на наш взгляд, несколько затрудняет установление его сущностных качеств. Кроме того, понятие «человек» обычно используется как предельно общее понятие для обозначения всеобщих, присущих всем людям качеств и способностей, чтобы подчеркнуть отличие человека как природного существа от животного. Употребление словосочетания «инновационный человек» в связи с этим выглядит как стремление обозначить следующий этап в эволюции *homo sapiens* – *homo innovaticus*.

В качестве другого термина, используемого для того, чтобы подчеркнуть специфическое отличие определенного типа человека, соответствующего

---

<sup>229</sup> Кудашов В.И. Инновационный человек и социальное творчество в условиях отчуждения и коммерциализации//Инновационный человек и инновационное общество. Под ред . В. И. Супруна. – Н.: ФСПИ «Тренды », 2012. – С.282

требованиям современного социума, используется термин «инновационная личность». Его, в свою очередь, употребляют В.С. Шевченко, Ю.А. Карпова, Н.И. Лапин, Е.Н. Струк, А.А. Понукалин, В.Н. Ценцера и др. По нашему мнению, использование понятия «личность» более уместно, чем понятия «человек», поскольку оно подчеркивает историческую и социокультурную обусловленность выделения определенных качеств как социально-значимых и востребованных в современных условиях. Ориентация на социокультурную обусловленность этих качеств позволяет определить их более содержательно, что, в свою очередь, повышает эффективность процесса их целенаправленного формирования. Однако и в случае употребления термина «инновационная личность» необходимо констатировать отсутствие среди исследователей единства по вопросу его содержательных характеристик.

Многие авторы фактически осуществляют подмену понятий, и в качестве модели инновационной личности используют, так называемую, модель современной личности, разработанную в 70-х г. XXв. американским социологом А. Инкелесом<sup>230</sup>. На наш взгляд, это не совсем оправданно, поскольку авторы модели (А. Инкелес и Д. Смит) не претендовали на описание именно инновационной личности, что следует даже из названия «the Modern men», то есть современная, а не инновационная личность. Кроме того, их модель позволяла выделить современный тип личности, формирующийся в обществах развивающихся стран (Аргентина, Чили, Индия, Израиль, Нигерия и Пакистан), то есть в обществах, испытывающих на себе влияние процессов модернизации, и, вряд ли, на тот момент отличающихся высоким уровнем развития инновационной экономики. Основной задачей их исследования была демонстрация особенностей типа личности, формирующегося в современном обществе, в отличие от личности, характерной для традиционного общества. Соответственно, в определении и характеристиках, выделенных А. Инкелесом не содержится ничего, указывающего на специфику именно инновационной личности, в связи с чем, это определение, на наш взгляд, не много добавляет к пониманию

---

<sup>230</sup> Inkeles A., Smith D.H. Becoming modern. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974



инновационной личности. Так, среди основных характеристик современной личности выделенных А. Инкелесом лишь одна – открытость к экспериментам, инновациям и изменениям – напрямую относится к инновационной личности. Остальные характеристики, такие как признание плюрализма мнений, ориентация на настоящее и будущее, уверенность и способность преодолевать жизненные препятствия, планирование будущих действий для достижения поставленных целей, вера в возможность регулирования и прогнозирования социальной жизни и пр.<sup>231</sup> скорее отличают личность, характерную для современного индустриального или постиндустриального общества, но содержание инновационной личности, по нашему мнению, не проясняют.

Еще одна попытка дать описание характеристик инновационной личности была предпринята профессором отделения менеджмента в университете штата Юта Ф. Херцбергом на втором симпозиуме «Творчество, инновации и антрепренерство». Он проходил в рамках регулярно организуемого Управлением малого бизнеса правительства США тематического цикла, где обсуждались, в том числе, и вопросы внутренней политики фирм, занятых в передовых отраслях высокой технологии. Ф. Херцберг в своем выступлении выделил десять личностных (индивидуально-психологических) черт, понимание которых помогало бы руководителям поисковых фирм отбирать сотрудников с вероятным инновационным потенциалом для комплектования соответствующих «рисковых» подразделений<sup>232</sup>. К этим чертам он отнес: индекс интеллекта; профессиональную компетентность; активный контроль, проявляющий себя в более рациональном, чем у остальных сотрудников, поведении в экстремальных ситуациях; контроль карьеризма, выражающийся в независимости суждений в контактах с руководством фирмы; интуицию; страсть; приоритет цели перед благополучием; нешаблонность; объективную самооценку; эффективность в неопределенности. Если обобщить предложенные Ф. Херцбергом характеристики, то инновационная личность – это человек с невысоким уровнем IQ (по его мнению, существенное

---

<sup>231</sup> Inkeles A., Smith D.H. Becoming modern. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974

<sup>232</sup> Херцберг Ф., Моснер Б., Снидерман Б.Б. Мотивация к работе. – М.: Вершина, 2007. –238с.

превышение IQ над средним уровнем для данного социального слоя, снижает вероятность того, что сотрудник обнаружит в будущем ярко выраженные инновационные способности)<sup>233</sup>. В то же время – это профессионально компетентный, нешаблонно мыслящий, предпочитающий определенности и упорядоченности – неопределенность человек, нонконформист и индивидуалист. Можно заметить, что описание Ф. Херцберга носит в большей степени эмпирический характер и содержит, на наш взгляд, взаимоисключающие характеристики (например, более рациональное, чем у других сотрудников поведение, должно сочетаться со страстью). Кроме того, как справедливо отметил И.И. Ашмарин, среди характеристик Ф. Херцберга нет личностной особенности, определяющей саму возможность создания нового, то есть креативности, понимаемой как способность к творчеству.

Казалось бы, концепт инновационной личности должен быть в первую очередь разработан в психологии, поскольку рассмотрение тех или иных аспектов формирования личности является прерогативой этой науки. Однако М.Н. Юртаева обращает внимание на тот факт, что в академической психологии термины «инновационная деятельность», «инновационная активность», «инновационная личность» не эксплицированы, а термин «инновационная личность» понимается скорее как гипотетический конструкт, паттерн качеств личности, определяющих создание, внедрение и принятие новшеств. В психологическом контексте это соотносится с проблемами творчества, лидерства и социально-психологической адаптации личности. В описательном плане, в связи с данной проблемой наиболее часто актуализируются такие индивидуально-психологические особенности и субъектные качества личности, как креативность, когнитивная гибкость, открытость опыту, чувствительность к противоречиям, склонность к риску, потребность в стимуляции, стремление к новизне, самоэффективность, локус контроля, исследовательская позиция, толерантность к

---

<sup>233</sup> По этому пункту он не противоречит Й. Шумпетеру, считавшему, что предприниматель не отягощен избытком интеллекта и в данном случае это является положительным качеством, так как именно относительная ограниченность кругозора не дает ему возможности сравнивать множество различных вариантов достижения цели и предаваться долгим колебаниям.

неопределенности<sup>234</sup>. Э.В. Галажинский, констатирует факт, что «понятие «инновационная деятельность» и сопряженные с ним понятия, такие как «инновационная личность», «инновативность», «инновационный потенциал личности» и т.д., вошли в психологию сравнительно недавно под воздействием социологических разработок и развития практик управления инновационными процессами. В связи с этим они носят на себе отпечаток эмпиричности и психологического «дилетантизма», обусловленного необходимостью вхождения в сферу собственно психологических проблем исследователей, представляющих другие науки и научно ориентированные практики»<sup>235</sup>. На неразработанность понятийного аппарата инновационной деятельности и инновационной личности (в отличие от, например, феномена креативности) в психологии обращает внимание и С.Р. Яголковский, связывая это с «отсутствием до последнего времени такой ярко выраженной потребности в методах и технологиях реализации оригинальных идей и решений, как в последние десятилетия. А поэтому и в области исследования инноваций не ощущалось значительного прогресса»<sup>236</sup>.

Необходимо отметить, что в зарубежных психологических исследованиях, видимо, в качестве критерия для оценки уровня предрасположенности личности к инновационной деятельности, или в качестве определяющей для инновационной личности характеристики, была введена в научный оборот и получила некоторую разработку такая категория, как инновационность. Однако продемонстрированные С.Р. Яголковским подходы к определению инновационности субъекта в зависимости от степени принятия им инноваций позволяют заметить, что область определения инновационности продолжает оставаться дискуссионной. Так, под инновационностью может пониматься и способность субъекта быть первым во взаимодействии с инновациями, и фактор,

---

<sup>234</sup> Юртаева М.Н. Особенности психологического изучения «инновационной личности»// Материалы всероссийской научно-практической конференции «Инновационная личность как резерв социально-экономического развития России». – Ростов-на-Дону.: РГЭУ, 2009. – С.317

<sup>235</sup> Галажинский Э.В. Инновационный потенциал личности: содержание, структура, пути развития. URL: [http://www.raop.ru/content/Otdelenie\\_psihologii\\_i\\_fiziologii.2011.06.15](http://www.raop.ru/content/Otdelenie_psihologii_i_fiziologii.2011.06.15). С.2(Дата обращения 19.07.2015)

<sup>236</sup> Яголковский С.Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. –С. 71

повышающий вероятность того, что субъект будет инноватором, и фактор, ускоряющий принятие субъектом новых технологий<sup>237</sup>.

Таким образом, из определений не ясно, в какой сфере проявляется инновационность, как способность субъекта быть первым во взаимодействии с инновациями, равно как и инновационность как фактор, ускоряющий принятие субъектом новых технологий – в сфере производства инноваций или их потребления. Не проясненной остается и сущность инновационности как фактора, повышающего вероятность того, что субъект будет заниматься инновационной деятельностью и т.п.

Выделение видов личностной инновационности, таких как сенсорная и когнитивная, врожденная и реализованная, также, на наш взгляд, не много проясняет в содержании этой характеристики инновационной личности. Так, под сенсорной инновационностью понимается тенденция получать удовлетворение от взаимодействия с вещами из внешнего мира, удовлетворяя, таким образом, свою потребность в новизне. Поведенческие проявления сенсорной инновационности могут быть связаны с поиском и принятием риска. В свою очередь, когнитивная инновационность – это тенденция получать удовлетворение от нового опыта, от взаимодействия с чем-либо новым и от изучения закономерностей функционирования этого нового. Врожденная инновационность – это способность субъекта принимать инновационные решения вне зависимости от влияния опыта других людей в процессе коммуникации с ними. Такое понимание инновационности, тем не менее, предполагает предварительное взаимодействие с другими людьми для того, чтобы ознакомиться с их опытом. Реализованная инновационность – это поведенческие проявления субъекта в контексте его участия в инновационном процессе, которые могут быть подвергнуты наблюдению<sup>238</sup>.

Несмотря на очевидную содержательную неопределенность этих категорий, другие дефиниции инновационности вообще не содержат сущностных

---

<sup>237</sup> Там же С.87-88

<sup>238</sup> Яголковский С.Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – С.94

характеристик инновации и инновационной деятельности. К такого рода определениям относится, например, определение инновационности, автором которого является Б. Метлер-Мейбом, считающий, что «инновационность – это «способность человека правильно вести себя в новых ситуациях»<sup>239</sup>. Сам С.Р. Яголковский рассматривает инновационность как одну из личностных детерминант, обеспечивающих успешность протекания инновационных процессов, а также как фактор, во многом обеспечивающий адаптацию субъекта к постоянно изменяющемуся миру. С одной стороны, он предлагает рассматривать инновационность субъекта в общем случае, как его способность на когнитивном и, если это необходимо, на поведенческом уровне, обеспечить появление, восприятие, а также возможную доработку и реализацию новых и оригинальных идей. Но с другой стороны, он подчеркивает разделение таких качеств, как креативность и инновационность, поскольку креативность – это способность продуцировать новые идеи, а инновационность – это способность их принимать, дорабатывать, распространять и внедрять. Если С.Р. Яголковский разделяет креативность и инновационность, то Т.А. Терехова, наоборот, пытается показать взаимосвязь креативности и инновационности, определив инновационность, как продолжение творчества, его экономизированный вариант, превращенную форму, определенную социально-организованную практику<sup>240</sup>.

Таким, образом, даже категория, которая, казалось бы, должна описывать сущностную особенность инновационной личности наиболее конкретно, оказывается не проработанной ни в теоретическом, ни в практическом плане.

Проведенный нами анализ используемых понятий, позволяет согласиться с А.А. Понукалиным в том, что «одна из фундаментальных проблем формирования инновационной личности – отсутствие ее теоретической модели с базовыми качествами и приобретенными в процессе профессионализации»<sup>241</sup> и с С.И.

---

<sup>239</sup> Mettler-Meibom B. Soziale Kosten in der Informationsgesellschaft: Überlegungen zu einer Kommunikationsökologie. – Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch Verl., 1987. – S. 49.

<sup>240</sup> Терехова Т.А. Инновационность личности как экономизированный вариант творчества//Экономическая психология: актуальные исследования и инновационные тенденции: материалы десятой юбилейной междунар. науч.-практ. конф. /под общей ред. д-ра психол. наук, проф. А.Д. Карнышева. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009

<sup>241</sup> Понукалин А.А. Социальная психология формирования инновационной личности. URL: <http://www.sudexp.org>. (Дата обращения 23.07.2015)

Даниловым, который проницательно замечает, что «создатели неологизма (инновационная личность), вероятно, полагали, что это творческая личность (ученого, инженера-конструктора и т.п.) плюс предпринимательская личность в одном лице»<sup>242</sup>.

Между тем, рассмотрение инновационной культуры как культуры, в основе которой лежат экономические интересы, позволяет предположить, что инновационная личность является, прежде всего, субъектом экономических отношений, а значит, ее содержательными характеристиками будут выступать не трудноопределимая «инновационность», а те качества – потребности, способности, знания, ценности и идеалы, которые будут релевантны современным экономическим отношениям и экономической действительности. В пользу этого предположения свидетельствует, в первую очередь, контекст, в котором это понятие было введено в научный оборот – инновационная личность рассматривалась в качестве фактора экономического роста. На экономическую обусловленность появления понятия «инновационная личность» обращает внимание Т.А. Терехова, которая хоть и отождествляет ее с творческой, но при этом отмечает, что «...творческую, инновационную личность от всех других людей отличает экономизация отвлеченных философских категорий в структуре экономического сознания. Там, где простой человек просто наслаждается благом, творческая (инновационная – прим. наше) личность пытается определить степень такого наслаждения»<sup>243</sup>. В.Л. Иноземцев также подчеркивает экономический контекст использования концепта «инновационный человек». «Говоря об «инновационном человеке», нужно иметь в виду, что мы имеем дело с высокопрофессиональным специалистом, занимающим четко определенную ячейку в структуре экономических отношений. Этот специалист движим вполне традиционными материалистическими мотивами и действует вполне

---

<sup>242</sup> Данилов С.И. Осуществление исследовательского подхода в образовательном процессе как предпосылка формирования инновационной личности//Инициативы XXI века. –2013. –№1. – С.23

<sup>243</sup> Терехова Т.А. Инновационность личности как экономизированный вариант творчества//Экономическая психология: актуальные исследования и инновационные тенденции: материалы десятой юбилейной междунар. науч.-практ. конф. /под общей ред. д-ра психол. наук, проф. А.Д. Карнышева. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009

индивидуалистическим образом»<sup>244</sup>. И здесь, на наш взгляд, употребление концепта «инновационный человек» уместно, поскольку В.Л. Иноземцев использует его для описания модели экономического человека.

В свою очередь, для инновационной личности, как субъекта экономических отношений, социально-значимыми качествами выступают качества, позволяющие ей эффективно заниматься инновационной деятельностью, понимаемой как деятельность по производству инноваций, а также адекватно воспринимать, распространять и потреблять результаты инновационной деятельности других людей, то есть выступать в качестве производителя и потребителя инновационной продукции.

Таким образом, для обозначения совокупности качеств личности, определяющих эффективность деятельности в инновационной экономике, в современном научном дискурсе используются понятия «инновационный человек» и «инновационная личность». Несмотря на широту и частоту их употребления, эти понятия оказываются не проработанными в содержательном плане, поскольку представляют собой скорее гипотетический конструкт, паттерн качеств личности, определяющих создание, внедрение и принятие новшеств во всех сферах общественной жизни. Так, в качестве основных характеристик инновационной личности называется способность адаптироваться к изменениям и готовность самому их генерировать, приводится модель современной личности А. Инкелеса, основной задачей которого было выделение особенностей типа личности, формирующегося в современном обществе в отличие от типа личности, характерного для традиционного общества и т.п. По нашему мнению, содержательная неопределенность концепта инновационной личности обусловлена сознательной попыткой исследователей уйти от рассмотрения инновационной личности как, в первую очередь, субъекта экономических отношений, несмотря на то, что именно в этом аспекте понимал инновационную личность создатель и популяризатор термина Э. Хаген. Рассмотрение

---

<sup>244</sup>Иноземцев В. Л. «Инновационный человек» от мифов к реальности//Инновационный человек и инновационное общество. Под ред. В. И. Супруна. – Н.: ФСПИ «Тренды », 2012. – С. 81

инновационной культуры как культуры, обеспечивающей эффективное функционирование экономических институтов, а инновационной личности как структурного элемента этой культуры, закономерно возвращает нас к рассмотрению качеств личности, в первоначальном, экономическом контексте. К этим качествам относятся потребности человека, его способности, умения, знания, ценности и идеалы, релевантные особенностям инновационной экономики, позволяющие ему эффективно действовать в экономической сфере, то есть качества, характеризующие инновационную личность как производителя и потребителя инноваций.

### **3.2 Инновационная личность как производитель и потребитель<sup>245</sup>**

Рассмотрение характеристик инновационной личности, обусловленных необходимостью осуществления ею инновационной деятельности, в соответствии со спецификой процессов производства и потребления инновационных товаров и услуг позволяет отметить, что акцент в исследованиях, посвященных инновационной личности, как правило, делается на ее функциях как производителя инновационной продукции. Соответственно этим функциям выделяются и личностные качества. Так, как производитель инновационная личность, должна в первую очередь быть способной, используя свои творческие ресурсы, создавать и коммерциализировать новые научно-технологические разработки. В ходе исследований проводимых Центром психолого-экономических исследований СГСЭУ при СНЦ РАН было выявлено, что возможно существование качеств, влияющих на результативность инновационной деятельности, которая является специфическим видом

---

<sup>245</sup>Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях: Малахова Н.Н. Инновационная личность как модель экономического человека в современном обществе[Текст]/ Н.Н. Малахова.//Философия права. – 2015. – №2 (69). – С.73-78; Малахова Н.Н. Инновационная личность как производитель и потребитель: экономические и социокультурные последствия формирования и функционирования [Текст]/ Н.Н. Малахова.// Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. – 2015. –№1. – С. 127-137; Малахова Н.Н. Потребитель в инновационной экономике: социокультурные аспекты формирования и функционирования [Текст]/ Н.Н. Малахова.//Экономические и социальные перемены: факты тенденции, прогноз 2014. №6 (38) С.213-224



деятельности, носящей творческий характер<sup>246</sup>. По результатам исследований, были выделены следующие значимые личностные характеристики, необходимые для производителя инновационной продукции:

- высокий уровень креативности или творческих способностей;
- умение воплощать идею в продукт, то есть доводить до конечного результата;
- умение рисковать, поскольку исследования креатологов показывают, что инноватор должен примириться и с тем риском, которым сопровождается всякая творческая работа<sup>247</sup>;
- толерантность к неопределённости и разнообразию.

Хотелось бы добавить к этим характеристикам также умение не просто адаптироваться к изменениям (в частности рыночной конъюнктуры), вызванным постоянной инновационной деятельностью, и позитивно на них реагировать, но и выступать в качестве источника этих изменений. Так, по мнению П. Друкера, «В бизнесе, как и в общественной деятельности нельзя сегодня добиться успеха, если не генерировать изменения»<sup>248</sup>.

Эти качества в тех или иных комбинациях воспроизводятся в большинстве описаний личностных особенностей, необходимых для успешной инновационной деятельности. Так, по мнению немецких исследователей Б. и Х. Швальбе, современный новатор должен обладать следующими чертами<sup>249</sup>:

- творческий подход, интуиция, неординарность;
- знание рынка, умение улавливать рыночные тенденции;
- интерес ко всему новому;
- широта знаний, интеллигентность;
- гибкость ума, непредвзятость;
- желание учиться, восприимчивость;

---

<sup>246</sup> Итоговый отчет по гранту на тему «Экономико-психологические механизмы инновационного развития России» в рамках ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России на 2009—2013 гг.» № 20101.2.2301015

<sup>247</sup> Ключко В.Е., Галажинский Э.В. Психология инновационного поведения. – Томск: Изд-во ТГУ, 2009. –С.28

<sup>248</sup> Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: учеб. пособие. – М.: Издат. дом «Вильямс», 2000.

<sup>249</sup> Швальбе Б, Швальбе Х Личность, карьера, успех: Пер с нем – М: АО Издат группа «Прогресс-Интер», 1993

- готовность брать на себя ответственность, инициативность;
- устойчивость к стрессам, высокая работоспособность;
- общительность;
- готовность к коллективной работе, уживчивость;
- готовность идти на риск;
- хладнокровное отношение к успехам и неудачам;
- обаяние, способность воодушевлять людей;
- настойчивость, пробивная способность.

Как можно заметить, авторы характеристики также обращают внимание на наличие творческих способностей, готовность идти на риск, рыночную ориентацию деятельности, гибкость ума и непредвзятость (являющуюся основой толерантности к неопределенности и разнообразию). Встречаются и другие совпадения личностных характеристик.

Однако производство инновационной продукции не может существовать в отрыве от ее потребления, а значит, инновационная личность должна выступать также в качестве потребителя инновационной продукции. Необходимо отметить тот факт, что согласно зарубежным исследованиям, роль потребителя в инновационной экономике становится все более определяющей, и даже более влиятельной, чем роль производителя. Так, З. Бауман указывает, что конкурентоспособность, эффективность и доходность капитала зависит от потребителей, и его маршруты определяются присутствием или отсутствием потребителей, или возможностью продуцировать потребителей, создавать и затем расширять почву для предлагаемых идей<sup>250</sup>. По мнению К. Нордстрема и Й. Риддерстрале, «в обществе перепроизводства потребитель больше чем король, потребитель – это мать всех диктаторов»<sup>251</sup>. Т. Карлтон обращает наше внимание на то, что «в последнее время в научных кругах говорят уже не о «тройной», а о «четверной» или «комплексной спирали»: потребитель, он же гражданин страны, играет важную роль, обеспечивая обратную связь, взаимодействуя и оказывая

<sup>250</sup> Бауман З. Текучая современность. – СПб: Питер, 2008. – С.164-165

<sup>251</sup> Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта./ К. Нордстрем, Й. Риддерстрале – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2003. –С.98

влияние на направления развития новых технологий»<sup>252</sup>. Кроме того, потребитель сегодня выступает для производителя в качестве источника идей как для совершенствования уже выпускаемых товаров (то есть модифицирующих инноваций), так и для разработки новых товаров.

В современном российском инновационном дискурсе, по справедливому замечанию В.М. Нуркова, сложилась некоторая асимметрия – более актуальной считается проблема инноватора. В связи с этим особенное внимание уделяется генезису мотивации в инновационных практиках, а не менее актуальные проблемы адаптации к инновациям и «потребления» (использования) инноваций рассматриваются в значительно меньшей степени<sup>253</sup>. В то же время за рубежом, в связи с осознанием возрастающей роли потребителя в функционировании инновационной экономики, проводятся интенсивные исследования потребительской инновационности. В частности, выделяются такие ее виды, как «врождённая инновационность» или «инновационная предрасположенность», проявляющаяся в генерализованной установке субъекта на восприятие и принятие новых брендов и товаров, а также «специфическая инновационность» по отношению к одному товару или по отношению к категории товаров, определяемая как ориентация субъекта на принятие новых товаров и услуг. Исследования потребительской инновационности касаются анализа не только индивидуальных, но и групповых характеристик. Так, проводятся исследования особенностей семейной покупательской инновационности, как для каждого члена семьи в отдельности, так и в рамках семейной системы семьи как малой группы, особенно в паре «муж - жена», для чего был введен специальный термин: «husband-wife innovativeness» (инновационность в системе «муж-жена»)<sup>254</sup>. В зависимости от степени готовности к потреблению инновационных продуктов, выделяют следующие категории потребителей: новаторы, ранние последователи, раннее большинство, позднее большинство и «инертные» или консерваторы.

---

<sup>252</sup> Карлтон Т. Поколение X – секретное оружие США// Инновационные тренды. – 2011. – №8. – С.24

<sup>253</sup> Нурков В.М. Социология инновационных фобий// Инновации. – 2008. – №10. – С.69

<sup>254</sup> Яголковский С.Р. Психология инноваций. Подходы, модели, процессы. – М: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. – С. 149

Потребители-новаторы, опробуя на себе достоинства и недостатки инновационных товаров, становятся источником информации для остальных категорий потребителей, и, таким образом, оказывают влияние на их потребительские предпочтения. Поскольку от восприятия потребителями-новаторами нового товара зависит его принятие остальными категориями потребителей, они рассматриваются в качестве ключевой потребительской группы, на которую должно быть направлено основное внимание компаний производителей. По мнению известного маркетолога Ф. Котлера, компания, выпускающая инновационные товары (а таковыми, на наш взгляд, вынуждены становятся все компании, желающие сохранить свое место на рынке) должна изучать демографические, психологические и коммуникационные характеристики новаторов и ранних последователей, и направлять все усилия к стимулированию сбыта именно на них<sup>255</sup>. Заинтересованность производителей в положительной реакции потребителей-новаторов на инновационную продукцию обуславливает изучение личностных особенностей новаторов, их мотивации, а также анализ стандартов потребления, этой потребительской группы, под которым понимаются относительно устойчивые предпочтения в отношении товаров и услуг, способов и методов извлечения полезности, отражающие социокультурные и экономические характеристики потребителей-новаторов как определенной социальной группы. Э. Роджерс, в частности, выделяет следующие характеристики потребителей-новаторов. По своим социально-демографическим характеристикам потребители-новаторы, а также близкие к ним ранние последователи, – это относительно молодые люди, имеющие высокий социальный статус и благоприятное финансовое положение<sup>256</sup>. С точки зрения психологических характеристик их отличает склонность к риску, большим и не всегда разумным тратам, им свойственны простота коммуникаций, потребительская уверенность и высокая скорость принятия решений. Кроме того, в процессах потребления на первый план у новаторов выходит эмоциональная, а не рациональная составляющая,

---

<sup>255</sup>Котлер Ф. Маркетинг менеджмент/пер.с англ. Под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Издательство «Питер», 1999. – С.415

<sup>256</sup>Там же. С.414-415

поскольку мотивацией потребления для них является получение нового опыта (не важно – положительного или отрицательного, рискованного или безопасного), удовольствие от познания неизвестного. При этом они с удовольствием принимают не только все новое, но и все риски, связанные с покупкой и использованием неизвестного товара. Подытожив вышесказанное, можно выделить следующие базовые моменты в потребительском поведении новаторов: восприятие нового (товара) как, безусловно, ценного и имеющего абсолютные преимущества перед старым; доминирование эмоционального компонента в мотивации потребления; а также стремление к риску. Между тем анализ особенностей производства и потребления в инновационной экономике позволяет заметить, что выбор потребителей-новаторов в качестве основной потребительской аудитории не случаен, так как их личностные особенности: потребности, мотивы, ценности, проявляющиеся в регуляции поведения, отвечают интересам производителей инновационной продукции и, таким образом, оказываются релевантны принципам и механизмам функционирования инновационной экономики.

Стремление к новизне мотивирует потребителей-новаторов к приобретению новых товаров по факту их новизны безотносительно реальной ценности и полезности. Однако обратной стороной подобного стремления к новизне выступает непостоянство. С одной стороны, это затрудняет формирование лояльности к определенному бренду или материальным стимулам, но как ни парадоксально, это же непостоянство и изменчивость потребительских предпочтений полностью отвечают интересам производителей инновационной продукции. Особенностью инновационной экономики является постоянное сокращение жизненного цикла инновационного продукта, а значит, для максимизации прибыли он должен быть потреблен максимальным числом людей за относительно короткое время. З.Бауман проницательно заметил, что «необходимое сокращение времени лучше всего достигается, если потребители не могут надолго сосредоточить внимание на каком-то одном предмете, они нетерпеливы, порывисты и непоседливы, а главное – легко возбуждаются и столь

же легко теряют интерес»<sup>257</sup>.

Доминирование эмоциональных механизмов регуляции поведения, свойственное потребителям-новаторам, также соответствует особенностям потребления в инновационной экономике, которое становится все менее рациональным и все более эмоциональным. Объективно это обусловлено следующими особенностями. Во-первых, предпосылки к снижению рациональности в поведении потребителя формируются в связи с высокой степенью неопределенности, являющейся результатом активной инновационной деятельности. Исследования психологов Д. Каннемана и А. Тверски, касающиеся принятия решений индивидом на рынке, выявили, что в условиях неопределенности люди применяют упрощенные стратегии решения сложных задач, а именно: основываются на доступности решения (на решении, которое «всплывает» первым), на прецеденте (на своем или чужом опыте), закреплении и приспособлении (то есть применении последовательного подхода к реализации задуманного, даже если среда демонстрирует изменение прошлых тенденций)<sup>258</sup>. Следовательно, в условиях неопределенности люди склонны вести себя иррационально, пользоваться интуицией, проявлять непоследовательность. Во-вторых, в условиях инновационной экономики при покупке принципиально нового товара потребитель просто не может рационально подойти к процессу покупки, поскольку аналогичный товар отсутствует, а значит, осуществить процедуру сравнения качества, стоимости и конкурентных преимуществ невозможно. В случае же вывода на рынок модификации знакомого потребителю товара, постоянное усложнение состава товаров, его технических характеристик и создание товаров с завышенными потребительскими свойствами приводят к тому, что, покупатель из-за недостатка специальных знаний также не в состоянии сопоставить изменения в качестве и цене. Таким образом, покупатель-неспециалист до использования может рационально оценить лишь очень ограниченный круг простейших товаров, и то, основным параметром для

---

<sup>257</sup> Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. – М: Весь мир, 2004. – С.118

<sup>258</sup> Юлдашева О.У. Когнитивный маркетинг: от продвижения продуктов к продвижению технологий потребления. Часть 1,2// Маркетинговые коммуникации. –2004. – № 5 (23), №6 (24).

сравнения для него будут выступать внешние признаки товара. Кроме того, постоянное обновление моделей не дает возможности опереться на личный опыт, в результате чего возможность принятия целерационального решения также снижается. В свою очередь, при дефиците информации для сознательного построения действий, при недостаточности фонда сознательных способов поведения, в поведении начинают доминировать эмоции, и чем ниже уровень сознательной регуляции, тем большую свободу получают эмоционально-импульсивные действия. Таким образом, недостаток рациональности в процессе принятия решения о приобретении инновационной продукции компенсируется увеличением роли эмоционального компонента. Для потребителя это происходит еще и потому, что, по мере перемещения основной части покупок на высший уровень иерархии потребностей, все более значимым становится переживание, получаемое от покупки<sup>259</sup>. З. Бауман такой тип консьюмеризма охарактеризовал следующим образом: «сегодня имя потребительской игре – не столько жадность к приобретательству и владению, не накопление богатства в его материальном, осязаемом смысле, сколько страсть к новым, доселе не испытанным ощущениям. Потребители – это в первую очередь коллекционеры ощущений; они собирают вещи лишь во вторую очередь, как следствие...»<sup>260</sup>. Производитель заинтересован в увеличении эмоциональной составляющей в процессах потребления, поскольку влияя на эмоции человека, фирмы получают возможность, минуя сознание потребителя, завоевать место в его восприятии, и запрограммировать его на покупку, обеспечив потенциальный спрос. В результате по мнению исследователей инновационного бизнеса К. Нордстрема и Й. Риддерстрале, «настоящая конкуренция должна быть построена на том, что редко обсуждается в деловом мире: эмоциях и воображении. Чтобы справиться с изобилием, не нужно производить еще больше одного и того же, нужно привнести в производство элементы сенсационности и сентиментальности. Эпоха изобилия постепенно

---

<sup>259</sup> Пулер Д. Почему мы покупаем. Мотивация и стратегия продаж. – М: Олимп-Бизнес, 2006. – С.188

<sup>260</sup> Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества. – М: Весь мир, 2004. – С.120

превращается в эпоху эмоциональных привязанностей»<sup>261</sup>.

Готовность к риску была отмечена нами как важное качество для производителя инновационной продукции. Действительно, в психологии предпринимательства и менеджмента оно оценивается как важное личностное свойство, определяющее успешность хозяйственной и управленческой деятельности при создании инновационной продукции. Однако потребление инновационной продукции также оказывается сопряжено с высокой степенью риска, особенно в случае с радикальной инновацией, так как по определению такой товар не имеет аналогов, не знаком потребителю, а значит, потребитель рискует потерять деньги, не имея гарантии удовлетворения потребности. Несмотря на то, что понятие риска при всей частой употребительности этого термина является достаточно трудно определимым, во многих определениях риск связывается с опасностью неблагоприятного исхода действия, поступка, жизнедеятельности. Так, в «Словаре русского языка» С. И. Ожегова риск понимается как возможная опасность (угроза)<sup>262</sup>. Для характеристики поведения инновационной личности нам кажется уместным определение риска, приведенное в психологическом словаре, где риск определяется как действие, направленное на привлекательную цель, достижение которой сопряжено с элементом опасности, угрозой потери, неуспеха.<sup>263</sup> Именно риск, понимаемый таким образом, сопровождает и производство, и потребление инновационной продукции. Высокий уровень востребованности форм поведения, сопряженных с риском, в том числе и в инновационной деятельности приводит к закреплению риска в общественном сознании в качестве ценности. Так, анализ уровневых показателей значимости риска показал, что для 23,3% современной молодежи ценность риска представляется абсолютной ценностью<sup>264</sup>. Высокая оценка риска может свидетельствовать о положительном отношении к нему, в связи с тем, что риск,

---

<sup>261</sup> Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта./ К. Нордстрем, Й. Риддерстрале – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2003. – С.16

<sup>262</sup> Ильин Е.П. Психология риска. – СПб.: Питер, 2012. –С.13

<sup>263</sup> Там же

<sup>264</sup> Кленова М. А. Риск и расчет в структуре ценностных ориентаций // Альманах современной науки и образования. – 2010. – №11-1. –С.80-83.



например в инновационной экономике, используется в качестве инструмента для достижения поставленных целей. Но возможно, что риск воспринимается молодежью уже не только и не столько как средство достижения целей, а становится ценен сам по себе. С другой стороны, в обществе с инновационной экономикой риск оценивается как амбивалентное явление, поскольку он рассматривается не только в своем традиционном смысле, но и как рыночный шанс, в связи с чем общество становится заинтересовано в стимулировании рискованных форм поведения и закреплении этих форм в качестве социокультурной нормы. Так, опыт компании Decision Research, которая изучает стратегии управления риском, свидетельствует, что люди больше склонны принимать рискованные решения, когда они чувствуют, что делают это добровольно<sup>265</sup>. Совмещение объективно обусловленных тенденций развития общества и стимулирования рискованных форм поведения как необходимых для инновационной личности, приводит к тому, что рискованное поведение оформляется в качестве норматива поведения. В результате постоянный риск становится важной составляющей образа героя в продуктах массовой культуры, экстремальное поведение культивируется в общественном сознании как образ жизни, также как интересная, насыщенная «экстремальная», наполненная «событиями» жизнь выступает в качестве социального стандарта. Риски становятся объектом социальной мифологии, определяют социальные цели и задачи индивида, воспринимаются (потребляются) некритически. Такие риски идентифицируются массовым обществом как индивидуальный или социальный капитал, обладатель которого имеет определенного рода привилегии<sup>266</sup>. Риск, институционализируясь, становится действующим фактором самореализации и социализации личности.

Таким образом, в качестве потребителя инновационной продукции инновационная личность должна обладать такими характеристиками как стремлением к новизне, риску и руководствоваться при принятии решений в

---

<sup>265</sup> Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта./ К. Нордстрем, Й. Риддерстрале – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2003. – С.220

<sup>266</sup> Афанасьев И.А. Потребление рисков: социально-философский аспект/ И.А. Афанасьев // Потребление как коммуникация - 2009: Материалы 5 международной конференции (26-27 июня 2009 г.). – Факультет социологии СПбГУ.: Фонд «Интерсоцис», 2009. –С.23-25

большей степени эмоциями, чем разумом.

Сопоставление характеристик инновационной личности как производителя и как потребителя позволяет выделить в них общее и различное. К общему можно отнести характерное и для потребителя и для производителя стремление к риску, новизне и высокий уровень адаптации к постоянным изменениям, а к различному – наличие творческих способностей, как обязательное качество производителя, но не являющееся таковым для потребителя и доминирование эмоционального компонента в процессах потребления для потребителя инновационной продукции.

Анализ выделенных нами качеств инновационной личности позволяет заметить, что некоторые из них взаимосвязаны. Так, способность к творчеству как личностная особенность, согласно экспериментальным данным, связана с предпочтением новшеств так же как с нуждой в стимуляции в общем<sup>267</sup>. А. Маслоу, в качестве одной из особенностей творческих людей выделил богатство эмоциональных реакций. Стремление к новизне связывается с предпочтением рискованных форм поведения и т.п. Потребность в поиске и новизне предопределяет и потребность в постоянном изменении и развитии, и, таким образом, выступает их источником. Отмеченная взаимосвязь позволяет предположить системный характер формирования вышеуказанных качеств и возможность их совмещения в пределах одной личности.

Таким образом, инновационная личность в целом должна обладать следующими качествами:

- потребностью в новизне, лежащей в основе мотивации к производству, потреблению, и, в целом, адекватному восприятию инновационной продукции;
- способностями к творческой деятельности, без наличия которых невозможно создание нового, а, значит, производство инноваций;
- рискованностью как личностной диспозицией, основанной на восприятии риска как ценности, и заключающейся в готовности или склонности к реализации рискованных форм поведения, как в процессах производства, так и в процессах потребления инновационной продукции;

---

<sup>267</sup>Николаенко Н.Н. Психология творчества. – М.: Речь, 2007. – С.172

– повышенным уровнем эмоциональности, проявляющейся в процессах приобретения инновационной продукции в соответствии с присущими ей свойствами, такими как впечатлительность, чувствительность и импульсивность, а также доминированием эмоционального компонента над рациональным в процессе принятия решения о приобретении инновационной продукции;

– умением не просто адаптироваться к изменениям (в частности рыночной конъюнктуры), вызванным постоянной инновационной деятельностью, и позитивно на них реагировать, но и выступать в качестве источника этих изменений.

### **3.3 Инновационная личность как агент социальных изменений.**

Выступая в качестве субъекта инновационной культуры, инновационная личность, реализует свои качества, определяя направление и содержание деятельности. Своими действиями инновационная личность не только способствует утверждению ценностей инновационной культуры, воспроизводя их в своей деятельности, но и привносит в нее новые элементы, трансформируя реальность в соответствии с установками и программами инновационной культуры и т.п. Потому представляется необходимым проанализировать последствия проявлений качеств инновационной личности для общества в целом и для инновационной экономики в частности.

Стремление к новизне или потребность в новых впечатлениях лежит в основе мотивации как к производству, так и к потреблению инновационной продукции, поэтому является базовым качеством инновационной личности. С одной стороны, потребность человека в новых впечатлениях оценивается психологами как одна из биологических потребностей, обусловленная его нейропсихологическими особенностями. Л.И. Божович отмечает, что «потребность в новых впечатлениях порождается включением в жизнедеятельность ребёнка коры головного мозга, который нуждается в

раздражителях, вызывающих его деятельность и тем самым обеспечивающих его морфологическое и функциональное развитие. Таким образом, потребность в новых впечатлениях первоначально является чисто органической потребностью, но очень скоро (скорее, чем другие органические потребности) удовлетворение этой потребности, вызывавшее сначала только ускорение, затем начинает сопровождаться ярко выраженными положительными эмоциями, а сама потребность в новизне начинает приобретать некоторые специфические особенности, характерные для духовных потребностей человека, то есть уже не врожденных, а приобретенных в процессе социализации. Действительно, в странах с высоким уровнем жизни, где базовые потребности в достаточной степени уже удовлетворены, потребление новых товаров является средством удовлетворения не биологических потребностей, а представляет собой борьбу со скукой посредством таких раздражителей, как новизна, изменение, несоответствие, неопределенность, риск и т.д.<sup>268</sup>. Однако особенностью потребности в новых впечатлениях является ее «ненасыщаемость»<sup>269</sup>, которая превращает ее в род дурной бесконечности, создавая опасность возникновения алкоголизма и наркомании. И действительно, Д. Палмер и Л. Палмер отмечают, что сильное стремление к новизне характерно для людей с расстройствами питания, алкогольной или наркотической зависимостью<sup>270</sup>.

Кроме того, стремление к новизне может проявляться в трех направлениях: в восприятии нового, то есть стремление к пассивным новым впечатлениям, в стремлении к изменениям в собственной жизненной ситуации и в стремлении к созданию нового, то есть к производству новых ценностей и смыслов<sup>271</sup>. Не окажется ли, что инновационная личность, полностью удовлетворяя стремление к пассивным новым впечатлениям за счет постоянного потребления новых продуктов, уже не будет испытывать потребности в саморазвитии и собственном

---

<sup>268</sup> Ламбен, Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок. пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб: Питер, 2007. – С.130

<sup>269</sup> Сосланд А.И. Влечение к новизне: теория и практика // Знание-сила. – 2006. – №8. – С. 40-46

<sup>270</sup> Палмер Д, Палмер Л. Эволюционная психология. Секреты поведения Homo sapiens. – СПб.: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. – 384с.

<sup>271</sup> Сосланд А.И. Влечение к новизне: теория и практика / А.И. Сосланд // Знание-сила. – 2006. – №8 – С.40-46

творчестве, производстве нового. В таком случае общество, обладая многочисленными потребителями инновационных продуктов, рискует лишиться их производителей.

Еще одним последствием результатов деятельности инновационной личности, выступает то, что высокая насыщенность новшествами формирует у людей и, особенно у детей, чувство естественности непрерывного изменения, обновления среды, условий существования, усваиваемых ими знаний, норм поведения, речи. Тем самым окончательно и полностью исчезают из общественного сознания основополагающие для традиционной культуры представления о существовании неких констант мышления и поведения, обусловленных определенной стабильностью бытия человека в мире, – теперь все кажется неустойчивым, относительным, исчезающим, не успев возникнуть, и потому лишенным подлинной ценности<sup>272</sup>.

Постоянное стремление к новизне, стимулирующее производителя к созданию, а потребителя к приобретению нового (инновационной продукции) имеет своим следствием постоянные и непрекращающиеся изменения не только в экономической сфере, но и в целом в общественной жизни. Поэтому инновационная личность должна не только способствовать рождению самоподдерживаемых изменений, но и позитивно реагировать на них. Исследователи инновационного потенциала личности – В.Е. Ключко и Э. В. Галажинский считают, что для инновационного поведения главными являются не параметры, обеспечивающие устойчивое состояние системы, но такие параметры, которые обеспечивают устойчивость протяженного во времени процесса изменений<sup>273</sup>. Даже опуская рассмотрение вопроса о качестве этих изменений, как это делают все сторонники и апологеты постоянных изменений в общественной жизни, необходимо заметить, что постоянные и непрекращающиеся изменения во всех сферах общественной жизни негативно действуют на человеческий организм. Создатель теории стресса Г. Селье и его последователи показали, что

---

<sup>272</sup> Каган М.С. Введение в историю мировой культуры. – СПб: ООО Издательство Петрополис, 2003. – С.272

<sup>273</sup> Ключко В.Е., Галажинский Э.В. Психология инновационного поведения. – Томск: Изд-во ТГУ, 2009. – С.19

существует единый физиологический механизм приспособления организма к изменениям окружающей среды. Чем более интенсивны эти изменения, тем выше риск истощения приспособительных возможностей человека независимо от того, приятны ему изменения или нет<sup>274</sup>. Помимо истощения адаптационных возможностей, увеличение скорости изменений в обществе или усиление новизны социальных отношений приводит к значительным изменениям в протекании биохимических процессов в человеческом организме. Это, в свою очередь, ведет к нарушению нормальной деятельности внутренних органов. Кроме того, быстрые и хаотичные изменения ситуации или окружающей среды препятствуют рациональной регуляции человеческого поведения, которая в определенной степени зависит от возможности индивида, основываясь на информации из окружающей среды, более или менее точно предсказать последствия своих действий. Снижая точность предвидения, изменения исключают возможность делать разумные корректирующие оценки в принципе. Быстрые и повсеместные изменения имеют своим следствием незащищенность перед переменами, которые человек не в состоянии контролировать, перед ситуацией неопределенности, в которой он должен жить и утрату человеком контроля над социальными процессами. Следствием этого становятся неспособность человека к планированию и достижению долговременных целей, жизненных стратегий и подмена их немедленными, пусть и не столь существенными результатами. В целом, по мнению сотрудников Центра научно-политических исследований при Университете Сассекса, в будущем нас ожидает шок, «физический и психологический надлом, возникающий вследствие перенапряжения той части человеческого сознания, которая отвечает за принятие осмысленных решений»<sup>275</sup>. В результате постоянно провоцируя своей инновационной деятельностью увеличение темпа и количества изменений, масштабов неопределенности, инновационная личность сокращает способность других людей мыслить нестандартно и креативно. Кроме того, готовность к так называемым

---

<sup>274</sup> Головаха Е.И., Панина Н.В. Психология человеческого взаимопонимания. – Киев: Политиздат Украины, 1989.

<sup>275</sup> Энстулин Д. Тавистокский институт. – М.: Попурри, 2014. –С.138

«ненаправленным переменам»<sup>276</sup> подразумевает, что изменения больше не рассматриваются как мост между какими-то постоянными этапами или состояниями, а эпоха перемен становится бесконечной. В итоге наиболее эффективной и поэтому рекомендуемой жизненной стратегией становится flexibility (гибкость, эластичность). «Рекомендуется не принимать долгосрочных обязательств, потому что они будут ограничивать новые шансы, новые возможности, которые неизбежно появятся в будущем. Поэтому наиболее честно было бы раскрыть flexibility как не проявление лояльности к чему-либо, какому-либо способу жизни, какой-либо идее, так как и идеи тоже изменяются из года в год, – нужно быть открытым и не закрывать ни одной опции выбора, которые вы должны делать»<sup>277</sup>. Индивид не планирует ничего долговременного, его представления подвижны, ситуативны, иррациональны. Неопределенность и небезопасность самоподдерживаются новым типом индивидуальности, разрывают связь времен и связь поколений, делают общество «обществом риска»<sup>278</sup>.

Следующей, выделенной нами характерной особенностью инновационной личности и как производителя, и как потребителя, является такая личностная диспозиция как стремление к риску. Психологами установлено, что предпочтение рискованных форм поведения не ограничивается только экономической сферой, и человек, стремящийся рисковать в одной ситуации, будет стремиться рисковать и в других ситуациях, что приведет и уже приводит к дальнейшему увеличению форм рискованного поведения в обществе. Риск ведет к авантюризму, волюнтаризму, субъективизму, торможению социального прогресса, к тем или иным социально-экономическим и моральным издержкам, если в условиях неполной исходной информации (а именно, такие условия создает инновационная экономика, провоцируя неопределенность как следствие быстрых повсеместных и ненаправленных изменений), в ситуации риска, альтернатива выбирается без должного учета объективных закономерностей, развития социального явления, по

---

<sup>276</sup> термин Зигмунта Баумана из работы «Текущая современность»

<sup>277</sup> Текущая модерность: взгляд из 2011 года. URL: <http://polit.ru/article/2011/05/06/bauman/> (Дата обращения 08.04.2015)

<sup>278</sup> Федотова В.Г. Рецензия: Бауман З. Индивидуализированное общество. – М.: Логос, 2002 // Социологические исследования. – 2003. – № 9. – С. 147.

отношению к которому принимается решение. Кроме того, личности, склонной к рискованному поведению, свойственно обесценивание базовых экзистенциальных ценностей и доминирование биологических потребностей, в частности, потребности в стимуляции психоактивными веществами. Увеличение числа личностей, обладающих такими характеристиками, не может не сказаться негативно на обществе в целом.

Следующей из выделенных нами особенностей инновационной личности выступает доминирование эмоционального отношения к действительности над рациональным. Эмоции представляют собой эволюционно более ранний механизм регуляции поведения, чем разум (эмоции регулируются лимбической системой, а разум – результат функционирования более позднего эволюционного образования отдела мозга – неокортекса), в связи с чем эмоциональная реакция опережает процесс осознания человеком ситуации. Эмоциональный уровень отражения действительности характеризуется более быстрыми, непосредственными и импульсивными реакциями на воздействия со стороны внешнего мира. Кроме того, под воздействием эмоций люди склонны выбирать более простые пути решения жизненных ситуаций. Необходимо отметить и то, что под воздействием эмоций люди становятся более подверженными чужому влиянию. Эти особенности позволяют некоторым исследователям рассматривать эмоциональное воздействие в качестве предпосылки манипуляции сознанием. Современные психологи склонны отождествлять эмоциональность с неуравновешенностью, неустойчивостью, высокой возбудимостью. Можно предположить, что привычка следовать эмоциональному импульсу при принятии решения (сначала относительно приобретения товара, а затем и в других сферах жизнедеятельности), являющаяся следствием постоянной эксплуатации эмоционального отношения к действительности и сознательно вырабатываемая производителями инновационной продукции, может породить нежелание потребителей в принципе использовать рациональные механизмы восприятия действительности в целом. Это, в свою очередь, открывает возможности для манипуляции сознанием таких людей не только производителям инновационной



продукции, но и всем заинтересованным лицам.

Что касается базовой характеристики инновационной личности, отмечаемой всеми без исключения исследователями и необходимой, по-нашему мнению, прежде всего производителю инновационной продукции – способности к творчеству, именуемой также креативностью, то о ней достаточно много и подробно написано в специальных исследованиях. Не углубляясь в специфику формирования творческих способностей, мы хотели бы обратить внимание на неоднозначность проявлений творческой личности, в связи с чем личность, обладающая творческими способностями, не всегда может быть оценена однозначно позитивно. Согласно исследователям психологии креативности, высокая проявленность творческих способностей обычно сочетается с определенными личностными свойствами. Исследуя характеристики творческих людей, А. Маслоу выделил общие для них особенности, такие как спонтанность, естественность, экспрессивность, богатство эмоциональных реакций. По его мнению, творческие люди также обладают автономностью и уверенностью в себе, поэтому их мышление и поведение в значительно меньшей степени поддаются социальному и культурному влиянию. Неизвестность, неопределенность не пугает их, а наоборот – притягивает и манит. В научной литературе также упоминаются такие черты творческой личности как независимость суждений, самоуверенность, понимаемая как уверенность в своих творческих способностях; влечение к новизне, сложным задачам и риску; способность к дивергентному мышлению; открытость внутреннему опыту; системность мышления; личностная энергия; высокая чувствительность; толерантность к неопределённости; безусловное принятие себя, других людей и природы; непосредственность; центрированность на проблеме; потребность в уединении; независимость от культуры и от окружения; пиковые или мистические переживания; глубокие межличностные отношения; способность разграничивать средства и цели; наличие чувства юмора и пр.<sup>279</sup>; предпочтение сложных задач; конструктивная

---

<sup>279</sup> Яголковский С.Р. Психология инноваций. Подходы, модели, процессы. – М: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. –С.75

активность в неопределённых и неразрешимых ситуациях; развитое эстетическое чувство; склонность к риску; самомотивация, выражающаяся в стремлении делать дело ради самого дела, просто из желания творить или решить задачу.

Безусловно, нестандартно мыслящие, готовые к осуществлению рискованных проектов (что является неременным условием осуществления инновационной деятельности), не нуждающиеся во внешних формах мотивации и внешнем контроле, работники представляют наибольший интерес для работодателя в условиях инновационной экономики. Поскольку вышерассмотренные качества востребованы в социально-одобряемой и социально-поощряемой инновационной деятельности, то они и оцениваются, соответственно, позитивно. Однако творческой личности свойственны и другие особенности поведения, являющиеся проявлением ее личностных качеств. Так, несмотря на оптимистичные утверждения представителей гуманистической психологии об эмоциональной и социальной зрелости, высокой адаптивности, уравновешенности, оптимизме творческих людей, экспериментальные результаты в основном этого не подтверждают. При описании самих себя творческие люди используют слова, которые подчеркивают их раскрепощенность и отсутствие контроля<sup>280</sup>. Другие исследователи связывают способность генерировать непривычные ассоциации при решении новых проблем с шизофренией. Так, нервно-психологические тесты и тесты креативности демонстрируют, что именно у больных шизофренией ассоциации слишком часто оказываются нерелевантными или отклоняющимися. По мнению психолога Г. Айзенка, высокий уровень креативности и склонность к шизофрении определяет один и тот же наследственный фактор. С другой стороны, такого рода ассоциации расцениваются как проявление нестандартного мышления, так необходимого для инновационной деятельности. Кроме того, творческие люди, как правило, обладают набором качеств, затрудняющих их сосуществование с другими людьми. Ряд исследований позволяет сделать вывод о высокой тревожности и плохой адаптированности творческих людей к социальной среде. Г. Айзенк вывел

---

<sup>280</sup> Николаенко Н.Н. Психология творчества. – М.: Речь, 2007. –С.172

прямую зависимость между уровнем творческих способностей и личностно измеренным психотизмом: агрессивностью, холодностью, эгоцентризмом, импульсивностью, антисоциальностью, упрямством<sup>281</sup>. По мнению Ф. Баррона, «для того чтобы быть творческим, надо быть немного невротиком, поскольку именно эмоциональные нарушения, искажающие «нормальное» видение мира, создают предпосылки для нового подхода к действительности»<sup>282</sup>.

Подобные проявления, имеют объективную обусловленность определенными физиологическими и психическими процессами. Так, творческая активность связана с изменением состояния сознания, психическим перенапряжением и истощением, что вызывает нарушения психической регуляции и поведения, а также может продуцировать психофизиологическое истощение. Рациональный контроль эмоционального состояния при творческом процессе ослаблен, и единственным ограничителем творчества становится истощение психофизиологических ресурсов (ресурсов бессознательного), что неизбежно приводит к крайним эмоциональным состояниям<sup>283</sup>. Стимуляция творческой активности, стимулирует и вышеуказанные процессы. Следовательно, повсеместное и всемерное стимулирование творческой активности может обернуться для общества не только и не столько активизацией инновационной деятельности, сколько увеличением числа асоциальных невротиков, с периодическими нарушениями психической регуляции и поведения. Косвенным подтверждением этой гипотезы могут служить результаты исторического исследования выдающихся достижений, проведенного американским психологом К. Мартиндейлом. Он пришел к выводу, что количество достижений увеличивается при возрастании общественного психотизма, т.е. увеличении социального эгоизма и индивидуализма<sup>284</sup>.

Таким образом, инновационная личность действительно выступает агентом социальных изменений, в процессе реализации личностных качеств не только

---

<sup>281</sup> Там же

<sup>282</sup> Дружинин В.Н. Психология общих способностей. – СПб.: Питер, 1999. – С.175-176

<sup>283</sup> Там же. С.175

<sup>284</sup> Карпова Ю.А. Введение в социологию инноватики. – СПб.: Питер, 2004. – С.68

обеспечивая эффективное функционирование институтов инновационной экономики и воспроизводство инновационной культуры, но и способствуя дестабилизации социальных отношений, потере контроля над социальными процессами, усилению неопределенности. Она увеличивает своей деятельностью количество рисков в современном обществе, тем самым, превращая его в общество высокого риска, и делая его нестабильным и склонным к саморазрушению.

## **ГЛАВА IV ИНСТИТУТ ОБРАЗОВАНИЯ – МЕХАНИЗМ ВОСПРОИЗВОДСТВА ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ**

### **4.1 Роль и функции системы образования в процессе формирования инновационной личности<sup>285</sup>**

Одним из наиболее важных в современном обществе институтов формирования и последующей трансляции инновационной культуры, а также формирования человека как субъекта и объекта инновационной культуры, в частности, в процессе его воспитания и обучения, выступает система образования. Если следовать логике рассмотрения инновационной личности как субъекта экономических отношений, то есть как производителя и потребителя инновационной продукции, то система образования формирует инновационную личность, в процессе выполнения следующих функций: как производителя – функцию воспроизводства рабочей силы, заключающейся в ее специализированной образовательной и воспитательной подготовке; как потребителя – формируя как иерархию потребностей, так и способы их удовлетворения; и, наконец, как члена общества, базирующегося на инновационной экономике – выполняя функцию социализации подрастающего поколения.

Однако анализ процессов формирования инновационной личности по всем рассмотренным выше направлениям позволяет заметить, что в процессе реализации этих функций, для повышения эффективности выполнения этих функций, система образования сама претерпевает значительные трансформации как на различных направлениях формирования инновационной личности, так и на различных этапах своей деятельности. Рассмотрим эти трансформации более подробно.

---

<sup>285</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях: Малахова Н. Н. Формирование креативной компетентности в системе образования инновационного общества [Текст]/ Н.Н. Малахова О.Н. Бессарабова.//Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки – 2014. – №1. С. 139-143; Малахова Н.Н. Особенности применения инновационных педагогических технологий в современном обществе [Текст]/ Н.Н. Малахова.// Вектор науки Тольяттинского государственного университета – 2013. – №4(26).С.249-252 Малахова Н.Н. Инновационная личность как модель экономического человека в современном обществе[Текст]/ Н.Н. Малахова.//Философия права. – 2015. – №2 (69). – С.73-78.

Социально-экономическая функция воспроизводства рабочей силы заключается, как отметил еще К. Маркс, в подготовке индивидов к специализированному труду. Инновационная экономика изменяет природу труда, условия осуществления трудовой деятельности и предъявляет особые требования к качеству и характеристикам рабочей силы. Работодатели становятся заинтересованы не просто в работниках широкого профиля и квалифицированных специалистах, имеющих высшее образование, но в работниках, имеющих высокий уровень владения профессиональными, техническими и управленческими навыками, умеющих разбираться в тенденциях развития науки и техники, быстро обучаться, переключаться на смежные области профессиональной деятельности, готовых быстро адаптироваться к новым условиям труда и изменяющимся технологиям, а главное – обладающих способностями и умениями создавать как новые технологии, так и новые продукты, то есть в креативных работниках.

Необходимость формирования востребованных на современном этапе экономического развития качеств рабочей силы влечет за собой изменение образовательных стандартов, способов обучения и программ, а также образовательной парадигмы в целом. Как утверждает А.П. Валицкая, сегодня «происходит смена образовательной парадигмы, когда новый тип образованности, возникший в пределах прежнего, сменяет его, предполагая иное содержание и цели, способы применения и освоения знаний, иной характер отношений ученика и учителя, отношений школы с культурой, обществом и государством»<sup>286</sup>.

Так, задача развития креативности (понимаемой как способность к творчеству) находит свое отражение в образовательных стандартах как среднего так и высшего образования через появление и закрепление в них новой ключевой компетентности – креативной<sup>287</sup>, а также введение в требования к результатам освоения основных образовательных программ (к уровню подготовки специалиста) креативных компетенций, таких как «готовность участвовать во

---

<sup>286</sup> Валицкая А.П. Образование в России: стратегия выбора. – СПб.: Изд-во РГПУ, 1998. – С.76

<sup>287</sup> Ключевые компетенции – это такие компетенции, которые необходимы всем индивидуумам для личной реализации и развития, активного гражданства, социальной включенности и занятости.

внедрении технологических и продуктовых инноваций», «умение находить и оценивать новые рыночные возможности и формулировать бизнес-идею»<sup>288</sup>.

Поскольку инновационный процесс во многом является самоорганизующимся процессом, а инновация по определению не может быть создана путем прямого следования инструкциям, в основу технологий преподавания и обучения в школах закладываются принципы самостоятельного и творческого подхода к созиданию и конструированию, в том числе и непосредственно знания. Эти принципы находят свое практическое воплощение в конструктивистской педагогике. В связи с необходимостью постоянного обновления имеющихся у работников знаний, перед образовательными институтами ставится задача формирования у учащихся потребности в непрерывном самостоятельном овладении знаниями, с опорой на возможность их самостоятельного поиска и усвоения. Одним из предметов обучения становятся сами навыки мышления, а образовательные процедуры концентрируются на обучении тому, как учиться.

Постоянное увеличение объема циркулирующих в обществе знаний, их усложнение, делает инновационную деятельность более эффективной при условии обмена знаниями и взаимодополняемости навыков различных людей. Поскольку коллективный характер труда становится одним из важных условий эффективности инновационной деятельности, от работников требуются умения и навыки коллективной деятельности, в том числе и работы в междисциплинарных бригадах. С целью продвижения таких коллективных качеств образование на всех уровнях должно фокусироваться на обучении тому, как учиться и продуктивно работать вместе с другими людьми, например в рамках кооперативного обучения<sup>289</sup>.

Как было рассмотрено в предыдущей главе, инновационная экономика для своего эффективного функционирования нуждается не только в особым образом подготовленных производителях инновационной продукции, но и в ее

---

<sup>288</sup> ПК-21 и ПК-48 в ФГОС ВПО по направлению подготовки 080200 «Менеджмент»

<sup>289</sup> Салберг П. Образовательные реформы для повышения экономической конкурентоспособности//Вестник международных организаций. – 2009. – № 1(23). – С. 22

потребителях. Между тем потребление – это использование общественного продукта в процессе удовлетворения потребностей<sup>290</sup>. Большинство потребностей, стимулирующих потребление того или иного вида производимых сегодня товаров, являются приобретенными. Подтверждением этому является постоянный рост потребностей, невозможный в случае, если бы они имели генетическую обусловленность. Приобретенные потребности, в свою очередь, имеют прямое отношение к конкретным условиям жизни человека, возникают под влиянием внешней среды, так как формирование новых мотивов и потребностей, их преобразование и соподчинение происходит в результате освоения специальной сферы общественного опыта. Одним из факторов, влияющих, как на возникновение потребностей, так и на формирование их иерархии, выступает в современном обществе система образования. Именно институт образования является инструментом целенаправленного формирования индивидуальных потребностей, легитимных данному обществу, и усвоения социально-культурных норм деятельности по их удовлетворению. Образовательные институты обладают действенными механизмами воздействия на сознание посредством обучения и воспитания, а значит его роль в процессах формирования определенного стандарта потребления, особенно в условиях массового обучения трудно переоценить. Необходимо отметить, что образовательные институты обладают широкими возможностями формирования не только потребностей определенной направленности и стратегий удовлетворения этих потребностей, но и стиля жизни, предполагающего определенную иерархию потребностей. Кроме того, в ходе получения образования индивиды не только удовлетворяют свои потребности, но и формируют новые, перспективные потребности.

Актуальность выполнения системой образования функции формирования потребностей и потребителя как субъекта экономических отношений, была еще раз подчеркнута бывшим в то время министром образования А. Фурсенко. Выступая на конференции, прошедшей в рамках организованного движением «Наши» всероссийского молодежного форума «Селигер-2007», он посетовал на

---

<sup>290</sup> Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. А. М. Прохоров. Изд. 2-е, перераб. и доп. – М.; СПб., 2000.



оставшуюся с советских времён косную систему в своём ведомстве, упорно пытающуюся готовить человека-творца. Ныне же, по мнению министра, главное – взрастить потребителя, который сможет правильно использовать достижения и технологии, разработанные другими<sup>291</sup>.

В обществе с инновационной экономикой система образования в первую очередь должна формировать стандарты потребления, касающиеся инновационной продукции. Однако потребление в инновационной экономике имеет ряд специфических особенностей. Во-первых, постоянное усложнение инновационных продуктов и технологий предполагает определенный уровень интеллектуального развития потребителя, поскольку потребляющие индивиды должны уметь пользоваться потребляемыми вещами. Система образования, распространяя и передавая знания, необходимые для понимания и обработки новой информации, знания о новых технологиях, продуктах и процессах, повышает интеллектуальный уровень людей, и тем самым способствует адекватному восприятию инновационных продуктов, делая возможным их потребление. Во-вторых, одной из специфических особенностей потребления в инновационной экономике является опора на безусловную ценность новизны как таковой, выражающуюся в установках «новое всегда лучше старого», «новизна ради новизны». Именно доминирование этой ценности в сознании потребителей делает возможным непрерывное распространение инноваций в большинстве своем представляющих собой модификации уже существующих продуктов. Необходимость внедрения соответствующих установок в сознание потребителей отмечается как учеными, так и представителями бизнес структур. «Для успешной модернизации российской экономики необходимы не только и, может быть, не столько непосредственно инновации, сколько инновационный менталитет населения»<sup>292</sup>. Управляющий партнер «Минерва Кэпитал Партнерс» Д. Цейтлин считает, что следует создать моду на инновации в самых широких кругах

---

<sup>291</sup> Мазурова Л. А. Потребитель нынче в дефиците? // ЛГ. – 2007. – 8–14 авг. № 32.

<sup>292</sup> Борейшко А.А., Цветков А.Н. Роль особых экономических зон в формировании инновационного менталитета населения // Социология науки и технологий. –2011. – Том 2. – № 1. – С.75

общества<sup>293</sup>.

Формируя картину мира учащихся, их мировосприятие и мировоззрение, образование может воздействовать и на их ценностные установки, заключающиеся в толерантном отношении к постоянным и быстрым изменениям, стремлении к новизне, восприятию неопределенности как нормы существования, а инновации – как позитивного явления безотносительно ее реальной ценности, тем самым воспитывая массовую идеологию так называемого инновационного общества. Как отметил в свое время Дж. Дьюи, «школа постепенно может создать такой тип общества, который нам хотелось бы видеть. Влияя на ум в этом направлении, мы постепенно изменили бы и взрослое общество»<sup>294</sup>.

Последней из обозначенных нами функций системы образования, выполнение которой оказывает влияние на эффективность экономической системы, является функция воспитания и формирования определенного типа личности, реализующего в каждую конкретную историческую эпоху стратегии социально успешного поведения человека, в том числе, и в экономической сфере. «Образование выступает в качестве одного из инструментов формирования определенного типа личности, отвечающего социальным потребностям на данном этапе»<sup>295</sup>. Взаимосвязь системы образования с экономикой при выполнении этой функции была отмечена уже Э. Дюркгеймом, который считал, что «общество, следуя своим потребностям, создает педагогический идеал – тот тип человека, который реализуется в процессе образования, и этот педагогический идеал определяется, в конечном счете, экономикой»<sup>296</sup>. Развитие и функционирование инновационной экономики подчеркнуло важность выполнения образовательной системой этой функции на современном этапе развития общества.

Во-первых, попытки реализации стратегии инновационного развития показали, что ожидаемое ускорение не происходит по причине отсутствия у людей готовности к инновационному поведению, а значит, эта готовность, наряду

---

<sup>293</sup> Там же С.76

<sup>294</sup> Дьюи Дж. Введение в философию воспитания. М. 1921. – С. 52.

<sup>295</sup> Манхейм К. Диагноз нашего времени. – М.: Юрист, 1994. –С.462

<sup>296</sup> Дюркгейм Э. Социология образования. Научн. Ред. В.С. Собкин, В.Я. Нечаев, пер. с фр. Т.Г. Астаховой . – М,1996. – С.54

с потребностью в инновационном поведении должна быть сформирована в процессе социализации. Понимание этого обстоятельства привело к тому, что «наиболее часто встречающаяся общая идея повышения экономической конкурентоспособности состоит в том, чтобы обеспечить людей навыками и установками, необходимыми для экономического и гражданского успеха в экономике, которая все в большей степени основывается на знаниях»<sup>297</sup>.

Формирование личности, между тем, заключается в становлении социально значимых качеств человека, его убеждений, взглядов, способностей, черт характера. А.Н. Леонтьев в процессе формирования личности выделил следующие главные этапы. Первый этап – дошкольный возраст, в котором происходит установление иерархии мотивов, первое соотнесение непосредственных побуждений с социальными критериями и возникновение возможности действовать вопреки непосредственному побуждению, соответственно мотивам социальным. Второй этап связан с подростковым возрастом, когда происходит осознание мотивов своего поведения и возможности самовоспитания. Можно отметить, что оба важнейших этапа формирования личности совпадают со временем нахождения ребенка в образовательных учреждениях, в связи с чем задача формирования инновационной личности, оформленная в виде социального заказа ставится именно перед системой образования. Выполняя функцию трансляции культурных ценностей и представлений для последующих поколений, принимая активное участие в социокультурной социализации детей и молодежи, педагоги обладают огромными возможностями для формирования у учеников представлений о креативности и инновационной деятельности, развития творческих способностей и формирования позитивных установок по отношению к инновациям, тем самым способствуя формированию инновационной личности.

Однако необходимость выполнения и этой функции приводит к изменениям в самой системе образования. Так, по мнению психологов, формирование

---

<sup>297</sup> Салберг П. Образовательные реформы для повышения экономической конкурентоспособности/ //Вестник международных организаций. – 2009. – № 1 (23). –С.20

инновационной личности требует принципиально отличных от традиционных педагогических технологий и построения соответствующей образовательной среды. Как отмечает Э. В. Галажинский «существующие до сих пор программы ориентированы на представлении о развитии как формировании значимых черт, свойств или качеств личности. Это понимание переносится и на процесс формирования личности будущего инноватора, реанимируя укрепившуюся педагогическую традицию видеть в воспитании процесс формирования человека с заранее заданными свойствами и качествами, которые отвечают принятым в обществе ценностным императивам, поведенческим стереотипам, социальным установкам и т.д.»<sup>298</sup>. Между тем «развитие инновационного потенциала человека предполагает переход от парадигмы «развитие как формирование» (социально-педагогическая сообразность) к парадигме «саморазвитие как становление» (культурно-психологическая сообразность). Это означает проектирование такой образовательной среды, которая отвечает возможностям человека, но при этом сам факт вхождения в нее обеспечивает переход возможностей в действительность, вызывая прирост инновационных потенций, таких как самостоятельность, вера в собственные силы, жизнестойкость, инициативность, толерантность к неизвестному, готовность включаться в инновационную деятельность»<sup>299</sup>.

По результатам проведенного нами анализа можно прийти к следующим выводам. Образование в современном обществе продолжает выполнять функции, значимые для функционирования экономической системы, однако в условиях общества с инновационной экономикой эти функции приобретают определенную качественную специфику. Взаимодействие институтов инновационной экономики и образовательных институтов имеет ярко выраженную двустороннюю направленность. Так, осознание необходимости подготовки инновационно-активных членов общества, выступающих как в качестве производителя, так и в

---

<sup>298</sup> Галажинский Э.В. Инновационный потенциал личности: содержание, структура, пути развития URL: [http://www.raop.ru/content/Otdelenie\\_psihologii\\_i\\_fiziologii.2011.06.15.Spravka.pdf](http://www.raop.ru/content/Otdelenie_psihologii_i_fiziologii.2011.06.15.Spravka.pdf) C.9 (Дата обращения 18.05.2015)

<sup>299</sup> Галажинский Э.В. Инновационный потенциал личности: содержание, структура, пути развития URL: [http://www.raop.ru/content/Otdelenie\\_psihologii\\_i\\_fiziologii.2011.06.15.Spravka.pdf](http://www.raop.ru/content/Otdelenie_psihologii_i_fiziologii.2011.06.15.Spravka.pdf) C.9-10(Дата обращения 18.05.2015)

качестве потребителя инновационной продукции, а также личности, способной адаптироваться к реалиям общества, базирующегося на инновационной экономике, высветило проблему невозможности осуществления этого процесса на традиционном «образовательном конвейере». Главный исполнительный директор компании Microsoft Билл Гейтс утверждает, что «готовить рабочую силу для завтрашнего дня в сегодняшних школах – это все равно, что обучать детей работать на современных компьютерах с помощью системы 50-летней давности. Сегодня такие инструменты не работают»<sup>300</sup>. Поиск новых возможностей осуществляется как внутри существующей системы образования, что приводит к формированию новых образовательных парадигм и появлению и применению новых, можно сказать инновационных педагогических технологий, так и путем разработки альтернативных способов обучения и организации образовательной среды.

Таким образом, не только система образования, выступая в качестве одного из основных механизмов формирования инновационной личности как субъекта инновационной культуры и трансляции инновационной культуры в целом, оказывает значительное влияние на формирование и развитие инновационной личности, но и необходимость выполнения этих функций трансформируют как принципы, так и отдельные элементы системы образования, а также меняют ее положение в системе общественных отношений. Так, изменения в требованиях к качеству профессионально-квалификационных характеристик рабочей силы, или инновационной личности как производителя приводят к изменению образовательных стандартов, методов обучения и целей обучения. Необходимость формирования инновационной личности в целом – как члена общества, базирующегося на инновационной экономике требует изменений при построении соответствующей образовательной среды.

Все эти изменения могут быть конкретизированы в зависимости от этапа и целей обучения, что и будет рассмотрено в следующих параграфах.

---

<sup>300</sup> Салберг П. Образовательные реформы для повышения экономической конкурентоспособности // Вестник международных организаций. – 2009. – № 1 (23). – С. 17

## **4.2 Начальное и среднее образование: от института трансляции к институту трансмутации<sup>301</sup>**

Изменения в целях и системе дошкольного образования связаны с формируемыми инновационной экономикой новыми требованиями к результатам образования. Важнейшими из них является запрос на массовость креативных компетентностей, рассматриваемых ранее в качестве элитарных, а также запрос на массовую готовность к переобучению<sup>302</sup>. Взаимообусловленность подобных требований к результатам образования в рамках инновационной экономики очевидна. Именно массовая креативность, результатом которой становятся инновационные продукты и технологии, делает необходимым постоянное обновление имеющихся как у производителя, так и у потребителя знаний. Интенсификация инновационной деятельности, как результат массовой креативности провоцирует все время ускоряющуюся смену производственных и сервисных технологий и постоянное сокращение жизненного цикла инноваций. Современные инновации имеют очень высокую скорость внедрения и реализации на рынке (до 6 месяцев) и сравнительно короткий жизненный цикл (3–5 лет), следствием чего является их быстрое моральное старение. В результате знание нужное для выполнения трудовых функций меняется так быстро, что от человека требуется периодическое (каждые 5–7 лет, а возможно и чаще) обновление имеющихся у него знаний и умений, переобучение, повышение квалификации или получение новой специальности, готовность к смене профессии в любом возрасте. Однако скорость устаревания знания в определенной степени компенсируется увеличением возможностей получения необходимых знаний, их большей доступностью, а также расширением мест их приобретения. Так, процессы

---

<sup>301</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях: Малахова Н.Н. Школа как институт формирования инновационной личности: основные направления и перспективы трансформаций//Теория и практика развивающего образования школьников: коллективная научная монография / отв. ред. А.Ю. Нагорнова. – Ульяновск: SIMJET, 2015. – 279с.С.7-21; Дошкольное образование как этап формирования инновационной личности: проблемный подход//Актуальные проблемы современного образования: опыт и инновации: материалы науч.-практ. конф. с международным участием 21-22 октября 2015 г. Ульяновск. – Ульяновск: ЗЕБРА, 2015. – С.41-46

<sup>302</sup> Волков А.Е., Кузьминов Я.И., Реморенко И.М., Рудник Б.Л., Фрумин И.Д., Якобсон Л.И. Российское образование – 2020: модель образования для инновационной экономики//Вопросы образования. – 2008.–№1.–С.39

приобретения знаний и навыков могут протекать как в традиционных местах (образовательные учреждения) и традиционными методами (накопление знаний в форме навыков, посредством формальных процессов обучения (Н.Лукас), а также обучение посредством научных исследований с научными исследованиями в качестве главного источника знаний (П. Ромер, Дж. Гроссман и Э. Хелпман)<sup>303</sup>, так и в нетрадиционных местах и с помощью нетрадиционных методов. Многообразие возможностей приобретения необходимых знаний актуализирует необходимость развития способности к обучению и самостоятельному пополнению знаний. Э. Тоффлер в работе «Шок будущего» предугадал эту тенденцию, написав: «в ХХI веке неграмотным будет считаться не тот, кто не умеет читать и писать, а тот, кто не умеет учиться и переучиваться»<sup>304</sup>.

Психофизиологические особенности развития детского организма в целом, и мозга в частности, обуславливающие специфику протекания психических процессов, не только позволяют приступить к формированию и развитию креативности и способностей к обучению на этапе дошкольного образования, но и делают их для этого этапа приоритетными. Так запрос на массовую креативность прекрасно сочетается с такой характерной особенностью детского творчества как его всеобщность. В детстве творят все, и реальная проблема этого возраста – не проблема творчества, а его отсутствие<sup>305</sup>. Кроме того, для креативности, как и для многих других психических свойств, существует сенситивный период – ограниченный отрезок времени, в течение которого это качество проявляется особенно интенсивно, если ему способствует среда<sup>306</sup>. Сенситивный период для креативности - это возраст от 3 до 6 лет, подтверждением чему служит тот факт, что детское литературное и художественное творчество ярче всего проявляется именно в это время. Дошкольный возраст, в связи с этим, все чаще рассматривается не просто как сенситивный период развития воображения, но как сенситивный период развития

---

<sup>303</sup> Romer P. Endogenous Technological Change//Journal of Political Economy. – 1990. –V. 98. – No 5. – P. 24-26.

<sup>304</sup> Тоффлер Э. Шок будущего: Пер. с англ. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2002. –С.248

<sup>305</sup> Николаева Е.И. Психология детского творчества. – СПб.: Речь, 2006. – С.70

<sup>306</sup> Там же. С.37

творческого потенциала личности. Продуктивная деятельность дошкольного возраста (рисование, лепка, конструирование) рассматривается уже не только как движущая сила формирования психологической готовности к школе, но и как условие креативного развития личности. Хотя вопрос о природе творческих способностей и о соотношении генетических и средовых факторов в формировании креативности, еще не решен окончательно, в сознании научного и педагогического сообщества доминируют представления о решающем факторе средового воздействия на формирование и проявление творческих способностей, в связи с чем поднимаются вопросы разработки и внедрения в практику работы дошкольных образовательных учреждений вариативных и альтернативных программ, в которых одним из предметов обучения становится сама творческая деятельность, формирования обогащенной образовательной среды, положительно влияющей на интеллектуальное и креативное развитие детей.

В качестве основных способов развития креативности у дошкольников рассматриваются создание взрослыми доступных детям проблемных ситуаций, постановка творческих задач, а также формирование общей эвристической структуры опыта ребенка и его способов деятельности, которые благоприятствуют самостоятельному поиску и выделению ребенком в окружающей действительности проблемных ситуаций и проблемных задач<sup>307</sup>.

Однако необходимо отметить ряд проблемных моментов в процессах развития креативности у детей дошкольного возраста. Во-первых, в этом возрасте возможно развитие лишь так называемой «первичной» креативности то есть общей творческой способности, неспециализированной по отношению к определенной области человеческой жизнедеятельности<sup>308</sup>. Несмотря на всеохватность, безудержность и оригинальность детского творчества, его продукты не могут найти применения в реальной действительности, поскольку перечисленные характеристики обусловлены тем, что ребенок еще не знаком с ограничениями реального физического мира. Кроме того, результаты творческой

---

<sup>307</sup> Поддяков Н.Н. Творчество и саморазвитие детей дошкольного возраста: Концептуальный аспект. – Волгоград, 1995. – С. 18–19.

<sup>308</sup> Дружинин В.Н. Психология общих способностей – СПб.: Питер, 1999. – С.217



активности ребенка, как правило, обладают субъективной новизной, в то время как результаты инновационной деятельности должны обладать объективной для общества новизной. Эти особенности детского творчества, делают не просто нецелесообразным, но и невозможным формирование креативных компетентностей, необходимых для осуществления инновационной деятельности. Нельзя обойти вниманием и некоторые результаты формирующего эксперимента, поставленного Н.В. Хазратовой для проверки гипотезы о том, что сочетание таких параметров микросреды как низкая степень регламентации поведения, предметно-информационная обогащенность и наличие образцов креативного поведения оказывает определяющее влияние на креативность индивида<sup>309</sup>. Полученные результаты позволили прийти к следующим выводам:

- повышение креативности, обусловленное соответствующим влиянием микросреды, не является однонаправленным: вслед за значительным повышением креативности наблюдается некоторое его понижение;

- повышение креативности сопровождается некоторой невротизацией детей, в основе которой лежат те же механизмы, что и в основе формирования креативности: установка на проблемность восприятия окружающего, поиск многообразных возможностей действия осложняет процессы выбора, принятие решений; при этом затрудняется действие систем психологической защиты;

- повышение креативности связано с изменениями системного характера и в большей или меньшей степени нарушает равновесие в системе жизнедеятельности личности. В свою очередь общая динамика креативности (понижение ее уровня, следующее вслед за повышением) объясняется тем, что психика стремится восстановить равновесие, нарушенное формированием креативных свойств и установок<sup>310</sup>.

Все вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что существует проблема целесообразности применения методик повышения уровня креативности детей в массовом масштабе, так как повышение уровня

---

<sup>309</sup> Там же С 220

<sup>310</sup> Дружинин В.Н. Психология общих способностей – СПб.: Питер, 1999. –С.232

креативности не только не всегда и не для всех детей благоприятно, но и может способствовать формированию поколения людей с невротическими нарушениями. Кроме того, до сих пор отсутствуют исследования, касающиеся долгосрочных последствий стимулирования креативности в дошкольном возрасте.

Возможность и приоритетность формирования такого качества как готовность к переобучению именно на этапе дошкольного образования обусловлена также психофизиологическими особенностями развития детского организма. Готовность к переобучению, а также способность эффективно проходить процедуры переобучения в течение всего периода трудовой занятости зависят как от уровня развития структур мозга, необходимых для обучения, так и от сформированности основных познавательных навыков. И для формирования соответствующих структур, и для формирования основных познавательных навыков дошкольный период является определяющим. Основные структуры мозга, необходимые для обучения формируются в течение первых лет жизни. Около 50% способностей к обучению развиваются в течение первых четырех лет жизни, а еще 30% – до восьми лет<sup>311</sup>. Ребенок получает около 33% академических навыков, имеющихся у него к 18 годам, до шести лет; еще около 42% – от 6 до 13 лет, и оставшиеся 25% – между 13 и 18 годами<sup>312</sup>. На основании полученных данных исследователи делают вывод о том, что именно успешное развитие на ранних этапах в значительной степени определяет успешность дальнейшего обучения. Однако это означает расширение временных границ осуществления образовательных процессов, и включения в качестве самостоятельного элемента современной модели образования, системы раннего развития детей (от 0 до 3 лет). В свою очередь, это может повлечь и уже влечет за собой следующие трансформации образовательной системы. Необходимость реализации программ раннего развития подразумевает либо увеличение числа сотрудников дошкольных учреждений, либо, что более вероятно, поскольку средний возраст поступления в

---

<sup>311</sup> Драйден Г. Революция в обучении: Пер с англ. – М.: ООО «Парвинэ», 2003. – С.549-550

<sup>312</sup> Там же. С.291

дошкольное учреждение 3-4 года, в роли наставников должны будут выступать не педагогические работники, а родители. Это значит, что становятся необходимыми образовательные программы и образовательные центры для родителей, где предметами обучения станут особенности развития мозга (в первую очередь, детского), механизмов памяти, процессов запоминания и хранения информации, объединения ее с новыми идеями и поиска нового знания, когда оно необходимо. Однако необходимо обратить внимание на тот факт, что педагогические воздействия взрослых будут успешными, если они учитывают возрастную специфику и индивидуальную динамику развития ребёнка в данный возрастной период. Развитие детей до 3 лет отличается не только быстрым темпом психического развития, но и его качественное своеобразие<sup>313</sup>, поэтому для оптимальной организации педагогической работы с детьми раннего возраста необходима систематическая психолого-педагогическая оценка их развития, которая, безусловно, должна осуществляться специалистами. Другой особенностью реализации программ раннего развития является то, что процессы обучения переносятся в домашнюю обстановку, и именно дом, а не школа, становятся наиболее важным образовательным учреждением на этом этапе. Тем самым происходит расширение не только временных, но и пространственных границ осуществления образовательных процессов.

Таким образом, уже на этапе дошкольного образования необходимость формирования личности, отвечающей запросам инновационной экономики, влечет за собой трансформации традиционной образовательной системы. Происходит расширение сроков и увеличение мест осуществления образовательных процессов, а также появление новых субъектов образовательной деятельности (в частности, родителей) и новых предметов обучения, важнейшим из которых становится сама творческая деятельность.

Не менее, а даже более значимым для формирования личности как субъекта

---

<sup>313</sup> Афонькина Ю. А. Технология психолого-педагогической оценки развития детей раннего возраста// Инновации и современные технологии в системе образования: материалы международной научно-практической конференции 20–21 февраля 2011 года 2011 года. – Пенза – Ереван – Шадринск: Научно-издательский центр «Социосфера», 2011. – С.84-86

инновационной экономики является этап школьного образования. Выступая в качестве одного из микрофакторов социализации, школа охватывает три важных возрастных этапа социализации человека: младший школьный возраст (6-10 лет), подростковый (11-14 лет), раннее юношество (15-17 лет), в течение которых школа является основным образовательно-воспитательным институтом, воздействующим на развитие и становление личности ребенка. Основными задачами, традиционно стоящими перед школой являются обеспечение связи поколений через социальное наследование, отбор и передачу знаний, умений и навыков, накопленного опыта поколений (информативная функция), социальное признание, а также развитие индивидуальных способностей учащегося (развивающая функция). Развитие инновационной экономики заставляет не только по-новому взглянуть на содержательные аспекты и специфику выполнения этих функций, но и по-новому расставить приоритеты в порядке и значимости их выполнения.

Так, в рамках традиционалистской образовательной парадигмы школьное образование было стандартизовано и направлено на то, чтобы дать ученикам как можно больше знаний из самых разных областей научного знания, обучить их необходимым навыкам, умениям, позволяющим им в будущем занять определенное место в социально-профессиональной структуре общества и самостоятельно обеспечивать свое существование. Это позволяет сделать вывод о приоритетности выполнения информативной функции и доминировании в деятельности образования как социального института механизмов трансляции.

Функционирование инновационной экономики, стимулирующее постоянное ускорение темпов экономического и социального развития, усложняет традиционную для школы задачу подготовки учеников к самостоятельной жизни. Состояние неопределенности, являющееся следствием внедрения инновационных технологий, делает невозможным точные прогнозы относительно качества знаний и навыков, которые могут понадобиться будущему выпускнику. Кроме того, инновационную экономику характеризуют подстегиваемые необходимостью постоянной разработки инновационных технологий не только экспоненциальный

рост объема знаний (следствием чего становится информационная перегрузка), и включение процессов предварительного получения знаний в большинство производственных и социальных процессов, но и постоянное устаревание необходимых для трудовой деятельности знаний, детерминирующее необходимость их постоянного обновления. Все это в значительной степени обесценивает накопленный опыт предыдущих поколений и делает невозможным эффективное выполнение информативной функции (если рассматривать ее в традиционном контексте как процесс трансляции определенного объема знаний подрастающему поколению), поскольку знания, полученные в школе, могут устареть уже к моменту ее окончания. Это справедливо и по отношению к навыкам и умениям. Поэтому сегодня вместо задачи дать ребенку, определенный, как можно больший объем знаний, на первый план выходит задача обеспечения личностного развития ученика, касающегося как познавательных и творческих возможностей (что, по сути, соответствует запросам на готовность к переобучению и массовую креативность), так и других способностей, вооружение его умением учиться и умением решать самые разнообразные задачи. Таким образом, цель школьного образования сегодня заключается в том, чтобы сформировать у учащихся ценностные мотивы учения, научить учащихся использовать эффективные приемы познавательной деятельности, развить способность использовать различные источники информации (как школьные, так и внешкольные), а также научить методам решения нестандартных задач, поиску решений в условиях неопределенности.

Все вышесказанное в целом определяет приоритетность выполнения развивающей функции перед остальными, в том числе, перед информативной, а значит доминирование механизмов трансмутации. В свою очередь, выдвижение на первый план развивающей функции подразумевает внедрение новых методов обучения и технологий получения и усвоения знаний учащимися, изменение педагогических концепций и взглядов, модернизацию существующей базы знаний, связанной с преподаванием и обучением, а также всей педагогической парадигмы в целом.

В целом можно выделить следующие направления трансформации школьного образования:

- смена традиционалистской парадигмы образования на гуманистическую;
- усиление внимания к условиям, средствам и дидактическим приемам, способствующим раскрытию творческого потенциала каждого обучаемого;
- разработка и внедрение в практику школьного обучения новых педагогических технологий, целью которых является преодоления формализма в организации и ведении учебного процесса, избавления от авторитарного стиля преподавания<sup>314</sup>.

Рассмотрим подробно особенности этих трансформаций и то, к каким последствиям в деятельности школы как элемента системы образования это может привести как для инновационной экономики, так и для общества в целом.

Традиционалистская парадигма в качестве цели образовательной системы определяет сохранение и передачу молодому поколению наиболее существенных элементов культурного наследия человеческой цивилизации – необходимого многообразия важных знаний, умений и навыков, а также идеалов и ценностей, способствующих как индивидуальному развитию, так и сохранению социального порядка. Содержание образовательных программ дисциплинарного («университетского») типа основывается на базовых, выдержавших испытание временем знаниях, умениях, навыках, обеспечивающих функциональную грамотность и социализацию индивида.

Гуманистическая парадигма образования базируется на идеях гуманистической психологии, к основным положениям которой относятся представления о личности, как уникальной целостной системе, которая представляет собой не нечто заранее данное, а «открытую возможность» самоактуализации, присущую только человеку. В гуманистической психологии постулируется открытость человека миру, наличие у него потенциалов к непрерывному развитию и самореализации, особенно в творчестве, определенная

---

<sup>314</sup> Рукина И.М., Петросян Д.С. Современное образование в контексте модернизации и инновационного развития промышленности России// Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2012. – №3. – Т. 5. – С.23

степень свободы от внешней детерминации, в том числе и от общества, поскольку влияние общества часто мешает реализации этой потребности (тем самым, задачи индивидуального развития, признаются доминирующими над задачами сохранения социального порядка). В соответствии с принципами гуманистической психологии, гуманистическая парадигма образования предполагает отказ от одномерной оценки обучающегося как будущего функционера общественного производства и рассматривает его как многогранную личность, стремящуюся к самоактуализации, открытую для нового опыта, способную к сознательному, ответственному выбору, ответственную за все происходящее в этом мире. Целями образования в рамках гуманистической парадигмы становятся формирование личности, способной к самопознанию, самоутверждению, саморазвитию, поиску призвания и смысла жизни, самореализации, развитие индивидуальности человека, его внутреннего мира. На наш взгляд, постановка такого рода целей как нельзя лучше соответствует задаче формирования инновационной личности, поскольку к основным чертам инноваторов относят постоянную творческую активность, независимость личностных стандартов от стандартов группы, уверенность в своих творческих способностях, в своей одаренности и силе характера.

Переход к гуманистической образовательной парадигме смещает акценты в содержании образовательных программ (уже не дисциплинарного, а модульного типа) с предметного уровня (характерного для традиционной парадигмы) на метапредметный, где к метапредметным результатам обучения относятся межпредметные понятия и универсальные учебные действия, способность их использования в учебной, познавательной и социальной практике, самостоятельность планирования и осуществления учебной деятельности и организации учебного сотрудничества с педагогами и сверстниками, построение индивидуальной образовательной траектории, владение навыками учебно-исследовательской, проектной и социальной деятельности<sup>315</sup>.

---

<sup>315</sup> Даммер М.Д. Метапредметное содержание учебного предмета//Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование. Педагогические науки. –2014. – №1. – Т.6. – С.46

Основные положения гуманистической парадигмы образования находят свое воплощение в принципах и методах гуманистической педагогики.

В связи с тем, что гуманистическая парадигма образования и, соответственно, гуманистическая педагогика имеет большое число последователей и в современной России, и за рубежом, а ее идеи получают широкое распространение, нельзя не обратить внимание на проблемные моменты в реализации ее принципов и применении методов обучения. Наиболее наглядно они проявляют себя в одном из направлений гуманистической педагогики – чрезвычайно популярной в США и набирающей популярность в других странах педагогике конструктивизма. Педагогика конструктивизма базируется на сочетании идей гуманистической психологии и философского конструктивизма. В свою очередь, конструктивизм как направление философской мысли опирается на положение том, что знание не обретается пассивным образом, оно активно конструируется познающим субъектом, а функция познания носит адаптивный характер и служит для организации опытного мира, а не для открытия онтологической реальности.

В результате, к основным положениям педагогического конструктивизма относят следующие:

– знание не передается обучаемому в готовом виде, а конструируется самим учащимся. Преподаватель может только создать педагогические условия для успешного самоконструирования и самовозрастания знаний учащихся. Таким образом, эта педагогическая концепция предполагает отрицание использования рецептивно-отражательного способа мышления в процессе обучения и его замену конструктивно-деятельностным, который в большей степени соответствует установкам гуманистического мышления<sup>316</sup>;

– значимое обучение может совершаться, только если обучаемый воспринимает «факты», которые он должен усвоить, как значимые лично для него, каким-либо образом связанные с личным опытом, и оцениваемые по

---

<sup>316</sup>Основы научного образования в современной школе.Круглый стол//Педагогика. –2004. –№10. – С.18-19



критериям, также значимым лично для обучаемого<sup>317</sup>. Таким образом, знаниево-ориентированный подход, доминирующий в образовательных стандартах в рамках традиционной системы образования, уступает место личностно-ориентированному;

– необходимость создания условий, подчеркивающих интеллектуальное достоинство каждого учащегося, особую ценность его точки зрения, персонального подхода к решению проблемы, уникального видения ситуации, индивидуального стиля мышления, нацеленного на высвобождение творческой энергии каждого человека.

Таким образом, основной акцент в педагогике конструктивизма делается на методиках активного конструирования знания самим учащимся в соответствии с собственной оценкой значимости получаемого результата и с опорой на собственную точку зрения.

Реализация подобных принципов в процессе обучения способствует, по мнению педагогов-конструктивистов, формированию креативной личности, способной к самообучению, и нацеленной на самореализацию и саморазвитие, то есть личности, обладающей качествами, необходимыми для успешного функционирования в условиях инновационной экономики.

Как можно заметить, в конструктивистской педагогике знание рассматривается как относительное и различное с точки зрения интерпретаций (а значит в высшей степени субъективное), его можно конструировать самому, и такому знанию придается особая ценность, поскольку оно выражает точку зрения обучаемого. В некоторых концепциях постулируется зависимость знаний от уникального для каждого обучающегося образа мира, составляющего внутренний кросс-культурный контекст его жизни и учебной деятельности, поскольку в процессе познания этот внутренний контекст непроизвольно накладывается на внешний контекст (на содержание образования) и обуславливает личностный

---

<sup>317</sup> Шаталова Н.П. Конструктивизм в образовании. URL: <http://portalus.ru> (с) 14 апреля 2010(Дата обращения 09.01.2015)

смысл воспринимаемого<sup>318</sup>. Тем самым утверждается подвижность и изменчивость знания.

Подобное отношение к знанию как к динамичному, постоянно обновляемому, которое возможно создавать и трансформировать самому, безусловно, отвечает требованиям инновационной экономики. Содержанием инновационной деятельности является создание нового продукта или услуги, а значит, зачастую становится необходимым преодоление стереотипов мышления. Кроме того, общепризнано, что современные инновации часто носят междисциплинарный характер. Соответственно для их производства требуется преодоление не только стереотипов мышления, но и границ научных дисциплин. Адептами педагогического конструктивизма процесс конструктивистского обучения определяется именно как отход от неких традиционных приемов и методов, отклонение от образца, поиск новых решений на основе изучения развивающих методик, которые в свою очередь изменяют схемы деятельности и мысли<sup>319</sup>. Развитию инновационного мышления способствует и то, что в педагогике конструктивизма приветствуется столкновение противоположных точек зрения, постановка контрпримеров, раскрытие противоречий в процессе обсуждения, выстраивание аналогий, создание удобных для себя образов и метафор. Необходимо отметить, что нахождение аналогий и поиск метафор используется во многих техниках развития креативности, таких как синектика, метод бисоциаций, мозговой штурм и другие. Однако акцент на субъективном характере знания имеет ряд существенных недостатков. В частности, по мнению Е.Я. Режабека, «давление философии конструктивизма, абсолютизация субъективной стороны сознания...открывают дорогу для игнорирования объективной реальности, для выхолащивания культуры, и ее превращения в игру с пустыми символами или индивидуально-специфическими, субъективными

---

<sup>318</sup> Вербицкий А.А. Кросс-культурный контекст образования и становление новой педагогической парадигмы//Высшее образование сегодня. – 2008. – № 8. – С. 28

<sup>319</sup> Шаталова Н.П. Конструктивизм в образовании URL:<http://portalus.ru> (с) 14 апреля 2010(Дата обращения 09.01.2015)

впечатлениями отдельного человека<sup>320</sup>. «Такой (конструктивистский) подход означает согласие с тем, что представление Гомера о диафрагме как центре психической жизни и представления современной нейрофизиологии о деятельности мозга одинаково валидны. Приняв конструктивистскую доктрину, современный человек никогда не сможет отличить науку от научных домыслов, граничащих с шизофреническим маниакальным бредом»<sup>321</sup>.

Кроме того, полный отказ от трансляции знания в пользу самостоятельного конструирования знания учащимся вряд ли возможен. Как отмечает В. Г. Егоркин, «процессу обучения (шире образования) имманентно присуще явление рецепции в обоих значениях, а отражение – всеобщее свойство материальных объектов. Таким образом, отказ ни от рецепции, ни, тем более от рефлексии в процессе образования невозможен»<sup>322</sup>.

Другим негативным моментом является то, на что обращает наше внимание американский психолог и социолог, исследователь применения конструктивистских практик в педагогике К.Дж. Джерджен: «Концепция знания, основанная на субъективизме восприятия окружающей реальности, связана с идеологией самодостаточного или собственнического индивидуализма». По его мнению, «в соответствии с подобными установками люди начинают рассматривать себя как центр своих действий, как единственных, кто выбирает, ищет, находит в соответствии с задачей выживания и успеха. Как показывает критика, подобные верования не только поддерживают нарциссические или «я-центрические» жизненные диспозиции, но и отводят другим (наряду с физическим окружением) вторичную или инструментальную роль. Люди и окружение рассматриваются, прежде всего, в терминах того, что они могут дать индивиду. Кроме того, в силу чувства изначальной изолированности («я одинок»), к которому приводит эта ориентация, человеческие отношения воспринимаются как искусственные изобретения, фактически противостоящие естественному

---

<sup>320</sup> Режабек Е.Я., Филатова А.А. Когнитивная культурология. – СПб. Алетей, 2010. – С. 219

<sup>321</sup> Там же. С. 300

<sup>322</sup> Егоркин В.Г. Философия инноваций//Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2006. – №1. – С.14-26

состоянию независимости<sup>323</sup>. По мнению отечественного исследователя Н.Б. Березанской, подобная асоциальность в принципе заложена в некоторых положениях гуманистической психологии. Она обращает наше внимание на то, что «в гуманистических течениях задается утрированно асоциальная модель креативности – абсолютная спонтанность, свобода, ориентация на свои интересы и представления, а также собственные критерии оценки результата»<sup>324</sup>.

Акцент на усилении индивидуалистических установок при реализации принципов гуманистической педагогики отмечает и В.Г. Егоркин. По его мнению «личностно-ориентированный подход целеполагает «высвобождение творческой энергии каждого человека». Однако личность – это индивидуальные качества человека в их отношении к обществу. Следовательно, акцентуация педагогического подхода только на «творческой энергии каждого» на самом деле есть утверждение не личностного, а индивидуального начала в новой парадигме образования»<sup>325</sup>. Он же обращает внимание, на то, что «концепция успешной личности, заложенная в основу теории педагогических инноваций, восходит к этике персонализма, где индивидуальным ценностям дается преимущество перед другими нравственными ценностями и следовательно, нравственно все то, что определяет успех индивида. В любом случае индивид, его субъективные интересы противопоставляются социуму, где основой выступают социальные отношения, предусматривающие взаимодействие во имя общего блага, т.е. нечто совершенно противоположное этике персонализма»<sup>326</sup>.

Между тем в связи с реализацией подобных установок возникает противоречие между необходимостью выполнения системой образования функции социализация личности, которая состоит не только в трансляции новым поколениям ценностей господствующей культуры, норм, правил, особенностей функционирования общества, с целью поддержания необходимого уровня

---

<sup>323</sup> Джерджен К.Дж. Социальное конструирование и педагогическая практика//Образовательные практики: амплификация маргинальности: Сб./Под ред. А.А. Забирко. – Мн.: Технопринт, 2000

<sup>324</sup> Березанская Н.Б. Креативность в структуре инновационной деятельности личности//Инновации. – 2011. – №1. – С.99

<sup>325</sup> Егоркин В.Г. Философия инноваций//Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2006. – №1 – С.14-26

<sup>326</sup> Егоркин В.Г. Философия инноваций//Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2006. – №1. – С.24

сплоченности общества, его стабильности, но и в формировании групповых качеств, обеспечивающих включение человека в ту или иную социальную группу и реализацией конструктивистских установок.

Другой важной идеей конструктивистской концепции является представление о том, что значимое обучение может совершаться, только если обучаемый воспринимает «факты», которые он должен усвоить, как значимые лично для него, каким-либо образом связанные с личным опытом и оцениваемые по критериям, значимым для конкретной личности<sup>327</sup>. Но получается, что знания, например, о строении вселенной, математические законы и другие сведения из области фундаментальных наук оказываются для учащегося незначимыми, поскольку они не могут быть связаны с личным опытом, а значит остаются в стороне от процесса познания. Ориентация на собственные интересы при выборе предметов изучения, возможно и способствует формированию индивида, конкурентоспособного на конкретном рынке труда, однако нарушает важнейший педагогический принцип – трансляции знания как системы, со строгим соблюдением последовательности тематики согласно особенностям развития детского мышления. Отказ от установки на систематизированные знания, переход к модульному обучению, в свою очередь, устраняет из программ обучение анализу и логическому обоснованию изучаемых понятий и представлений и делает ненужным формирование целостной картины мира, что препятствует становлению личности с целостным мировоззрением<sup>328</sup>.

Помимо этого, как справедливо отметил М. Чошанов, «конструктивизм имеет ряд очевидных недостатков. На данном этапе развития он представляет собой более философию, чем методику или технологию обучения, следствием чего становится слабая разработанность инструментария (методов, форм, средств обучения), что вызывает определенные трудности в практической реализации». На наш взгляд, это справедливо для гуманистической педагогики в принципе. И

---

<sup>327</sup> Шаталова Н.П. Конструктивизм в образовании. URL: <http://portalus.ru> (с) 14 апреля 2010 (Дата обращения 09.01.2015)

<sup>328</sup> Кара-Мурза С.Г. Общество знания: переход к инновационному развитию России URL: <http://www.rulit.me/C.81> (Дата обращения 09.02.2015)

что чрезвычайно важно для функционирования инновационной экономики, «конструктивизм – это философия, ориентированная, прежде всего, на изучение гуманитарных предметов. Перенос ее принципов на процесс изучения естественно-математических дисциплин порождает проблемы, связанные со спецификой этих предметов (значимость базовых знаний и умений, логика дисциплины, строгость в решении задач и доказательстве теорем)<sup>329</sup>. Между тем, как показывает практика, наиболее эффективными в качестве инновационных университетов становятся технические университеты, а применение конструктивистской педагогики фактически лишает эти университеты потенциальных студентов.

Хотелось бы обратить внимание и на то обстоятельство, что процессы познания и конструирования знания должны осуществляться в рамках определенных процедур, обеспечивающих истинность получаемого учащимся знания, то есть его соответствие объективной реальности (в противном случае оно бесполезно), его логическую непротиворечивость, системность, связь различных элементов знания логическими и семиотическими отношениями. Между тем по ряду объективных причин, к которым относятся гетерохрония дифференцировки и функционального созревания различных областей неокортекса головного мозга, отвечающих за осуществление когнитивных процессов, ребенок не в состоянии осуществлять эти процессы на уровне взрослого человека. Например, гностические функции зрительной системы, емкость образной памяти и индивидуальные особенности анализа зрительной информации непосредственно связаны с развитием и созреванием полей зрительной коры отвечающих за восприятие цвета, графических примитивов, размера и формы предметов, пространственную оценку. Соответственно, до созревания этих полей, которое происходит в возрасте 7-10-лет, зрительное восприятие любого предмета не

---

<sup>329</sup> Чошанов М. Процесс непрерывного конструирования и реорганизации //Директор школы. –2000. – №4. – С.56-61

гарантирует даже самого общего понимания увиденного<sup>330</sup>. Даже у 13-14-летних подростков отсутствует свойственная левому полушарию взрослых возможность классификационного способа опознания изображения путем вычленения только значимого признака без анализа всех остальных свойств (у детей и левое, и правое полушария описывают все признаки объекта при опознании). Полушарная специализация в зрительном опознании отчетливо проявляется только с 16-17 лет, а окончательно формирование системы классификационного анализа связано со структурно-функциональным созреванием переднеассоциативных отделов коры и усилением роли лобных областей в процессе опознания<sup>331</sup>. В организации когнитивных функций решающую роль играют ассоциативные зоны – функциональные зоны коры головного мозга, связывающие вновь поступающую сенсорную информацию с полученной ранее и хранящейся в блоках памяти, а также сравнивающие между собой информацию, получаемую от разных рецепторов. При помощи ассоциативных зон сенсорные сигналы интерпретируются, осмысливаются и при необходимости используются для определения наиболее подходящих ответных реакций, которые выбираются также в ассоциативных зонах и передаются в связанную с ними двигательную зону. Таким образом, ассоциативные зоны участвуют в процессах запоминания и мышления, а результаты их деятельности составляют то, что обычно называют интеллектом. Между тем структурное становление ассоциативных центров, формирование системы развитых связей, как между нейронами, так и между полями приходится на период от 10-12 до 18-20 лет.

Эти особенности интеллектуальной активности ребенка высвечивают проблему качества знания, которое может быть получено непосредственно самим ребенком, с точки зрения истинности этого знания, его объективности, рациональной обоснованности, доказательности, системности и упорядоченности. Кроме того, профессор С.В. Савельев, доктор биологических наук, заведующий

---

<sup>330</sup> Савельев С.В. Структурно-морфогенетические основы развития когнитивных способностей человека// Когнитивные исследования: Проблема развития. Сборник научных трудов: Вып. 3 / Под ред. Д. В. Ушакова. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. –С.187

<sup>331</sup> Николаева Е.И. Психология детского творчества. – СПб.: Речь, 2006. – С. 61-62

лабораторией развития нервной системы Института морфологии человека, обращает внимание на то, что попытки заставить растущий мозг ребенка выполнять невыполнимые для него когнитивные функции могут привести к негативным последствиям. Так, до созревания ассоциативных центров когнитивные «достижения» базируются на характерном для всех приматов подражании, эмоциональной памяти и ситуационной адаптивности поведения и носят имитационно-адаптивный характер. При взрослении «вынужденные имитаторы» вырабатывают приемы подмены энергозатратных процессов мышления имитацией интеллектуальной деятельности и примитивной комбинаторикой известных явлений и закономерностей. Именно поэтому сверххранение когнитивные успехи обычно завершаются появлением посредственностей, психологическими или психиатрическими осложнениями. Учитывая ожидания окружающих взрослых и возможность очевидного доминирования в среде сверстников, мозг таких детей находит имитационные приемы, которые нивелируют или даже блокируют развитие реальных когнитивных способностей. В этой ситуации когнитивная система связей просто не образуется, а морфогенез направлен на формирование имитационно-адаптивных связей, которые при значительно меньших затратах приводят к тому же самому социальному результату<sup>332</sup>. В таком случае общество вместо желаемых креативных и инновационно-продуктивных членов получает в лучшем случае имитаторов, наделенных знаниями сомнительного качества.

Еще одной физиологической особенностью мышления является, то, что мышление представляет собой более затратный в энергетическом плане процесс, чем элементарное запоминание. Вынуждая ребенка каждый раз конструировать знания, давно уже являющиеся достоянием человечества, вместо их простого запоминания, мы не просто стимулируем его к «изобретению велосипеда», но и истощаем его нервную систему (что может приводить к конфликтным ситуациям в психике ребенка), затрачиваем большое количество времени, при том, что

---

<sup>332</sup> Савельев С.В. Структурно-морфогенетические основы развития когнитивных способностей человека// Когнитивные исследования: Проблема развития. Сборник научных трудов: Вып. 3 / Под ред. Д. В. Ушакова. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009. – С.186



качество и эффективность этого процесса сомнительны.

Вторым, из рассматриваемых нами направлений трансформаций образовательной системы на этапе школьного образования является усиление внимания к процессам раскрытия творческого потенциала каждого обучающегося. И здесь необходимо отметить, что школьный период с точки зрения возможностей стимулирования креативности является неоднозначным. С одной стороны, отмечено, что уже к одиннадцати годам, то есть в период школьного обучения, у ребенка под влиянием среды закладывается либо творческий, либо рутинный стереотип мышления, что накладывает на школу определенные обязательства, как минимум, по сохранению творческого потенциала ребенка. Кроме того, на подростковый и юношеский возраст (то есть на время обучения в школе) приходится, по мнению В.Н. Дружинина, начало второй фазы формирования креативности, которую он называет «специализированная» креативность и понимает как способность к творчеству, связанную с определенной сферой человеческой деятельности<sup>333</sup>. С учетом этого обстоятельства, в период обучения в школе задача раскрытия творческого потенциала может быть расширена до формирования креативных компетентностей.

С другой стороны, в процессе формирования креативности школа может столкнуться с определенными трудностями, обусловленными, как и в случае с дошкольным периодом, физиологическими особенностями развития детей, а также тем обстоятельством, что наряду с развитием креативности школа должна выполнять и информативную функцию, заключающуюся в трансляции знаний. Исследования свидетельствуют, что у детей, начиная с шестилетнего возраста, при активизации интеллектуальной активности наблюдается спад креативности, который считается следствием уменьшения роли бессознательного в регуляции поведения и возрастанием критичности и рассудочности в сознании ребенка. Но при этом такие характеристики креативности, как оригинальность, разработанность и общая креативность коррелируют с интеллектом. Наибольшие связи с креативностью среди показателей интеллекта имеет вербальная аналогия.

---

<sup>333</sup> Дружинин В.Н. Психология общих способностей. –СПб.: Питер, 1999. – С.217

Ученики, применяющие оригинальные способы и приемы решения креативных заданий, умеют хорошо устанавливать связи между понятиями. Безусловно, эти навыки развиваются в школе.

Увеличение объема знаний также может как положительно, так и отрицательно повлиять на развитие креативности и формирование креативных компетенций. С одной стороны, знания могут ограничивать стремление человека к разрушению стереотипных моделей, к поиску новых путей решения. С другой стороны, по мнению Е.П. Ильина, важное значение для решения творческих задач имеет степень «готовности» знаний к их применению и реконструкции, мобильность интеллекта в процессе преобразования информации<sup>334</sup>. Формирование креативных компетентностей, как необходимых для рабочей силы в инновационной экономике качеств, таким образом, невозможно без знаний об устройстве физического мира и об особенностях функционировании общества.

По мнению психологов, для продуктивной творческой деятельности важны также соотношение бессознательной и осознанной компетентности. Бессознательная (или латентная) компетентность возникает за счет приобретения спонтанного творческого опыта, и этот вид компетентности скорее присущ детям дошкольного возраста. Осознанная компетентность основана на человеческой способности к кодированию собственного опыта. Можно предположить, что задачей школы становится формирование осознанной креативной компетентности, что становится возможным и благодаря развитию интеллекта, аналитических способностей, увеличению объема знаний, и благодаря получению и накоплению практического опыта создания нового путем выполнения творческих заданий, реализации проектного подхода в обучении.

Еще одним проблемным моментом в развитии креативности на этапе школьного обучения нам видится противоречие между условиями среды, диктуемыми особенностями организации обучения в массовой школе и условиями среды, которые, по мнению психологов, способствуют формированию творческой личности.

---

<sup>334</sup> Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2009. – С.36

Креативность является свойством, актуализирующимся лишь тогда, когда это позволяет окружающая среда, которая, в свою очередь, должна обладать высокой степенью неопределенности и низкой регламентацией поведения. По мнению Д. Саймонтона, максимально благоприятна для развития креативности социально и политически нестабильная среда<sup>335</sup>. Между тем условиями эффективности массового обучения, как и любой совместной деятельности большого количества людей, выступают определенным образом структурированные пространство и время, четкая организация процессов обучения, координация усилий всех учащихся и их концентрация на определенных направлениях деятельности, соблюдение учащимися требований дисциплины. Логичными при этом выглядят выявленные в ходе исследования оценки учителями понятия «хороший ученик», требования к поведению и личностным качествам ученика со стороны преподавателей. Опросы учителей показали, что по степени желательности первое место делят такие качества как «дисциплинированность» и «усидчивость», в то время как «инициативность», «себе на уме», «дерзость» оцениваются как нежелательные качества<sup>336</sup>. Эти оценки подтверждают выводы психологов, о том, что в центре структуры психических свойств, определяющих способность к обучению в школе и ВУЗе находится не интеллект, а личностные черты: исполнительность, дисциплинированность, самоконтроль, отсутствие критичности, доверие к авторитетам. Именно поэтому успешность обучения растет с ростом исполнительности и эмоциональной уравновешенности (у многих учеников эти черты формируются к 5-му классу)<sup>337</sup>. Креативность и инновационность личности, очевидно, больше сопряжены с независимостью и инициативностью, чем с дисциплинированностью и усидчивостью, в связи с чем креативность в условиях массовой школы оказывается противоположна обучаемости, а личность «идеального ученика» противоположна по своим характеристикам личности

---

<sup>335</sup> Дружинин В.Н. Психология общих способностей. – СПб.: Питер, 1999. – С.214

<sup>336</sup> Ефименко О.Г., Хван А.А., Ученик глазами учителя: опыт анализа ценностных ориентаций педагогов. // Актуальные проблемы прикладной психологии: Материалы конференции. – Калуга, 2006. – С. 82-85.

<sup>337</sup> Дружинин В.Н. Психология общих способностей. – СПб.: Питер, 1999. – С.240

творческой. В результате, как отмечает В.Н. Дружинин, креативы часто испытывают дискриминацию в школе из-за унификации программ, преобладания жесткой регламентации поведения, отношения учителей. Учителя, как правило, оценивают креативов как «выскочек», демонстративных, истеричных, упрямых и т.д. Сопротивление креативов репродуктивным работам, их большая чувствительность к монотонии расцениваются как лень, упрямство, глупость<sup>338</sup>.

Таким образом, современная массовая школа нацелена скорее на подавление креативных свойств индивидуума, чем на их развитие. Однако, система организации занятий в школе подчинена необходимости массового обучения и для достижения этой цели данная система наиболее эффективна. Кроме того, школа, являясь частью социума, как и весь социум в целом нацелена на сохранение внутренней стабильности и непрерывном воспроизведении существующих форм отношений. Это значит, что школа вынуждена выбирать между разрушением существующих способов организации учебного процесса с целью создания специально организованной среды, стимулирующей креативность, и их сохранением и подавлением креативности. Учитывая общий тренд на всемерное стимулирование креативности, хотелось бы обратить внимание сторонников этого процесса на то, что культурно-средовое воздействие будет эффективным только в том случае, когда будут учтены психогенетические особенности учащихся, а также основные параметры самой среды, к которым относятся взаимодействие ребенка с его ближайшим окружением: семьей, сверстниками, учителями, другими взрослыми и детьми. Но даже полный учет всех этих обстоятельств (вряд ли возможный по отношению ко всем детям) не гарантирует увеличения числа инновационных личностей, поскольку процесс целенаправленного повышения уровня креативности не всегда и не для всех детей благоприятен. В результате разрушение традиционных способов организации учебного процесса при сохранении массового обучения может привести не к увеличению количества креативных учащихся, а к снижению качества образования, к хаосу и невротизации детей.

---

<sup>338</sup> Там же. С.216

Последним из выделенных нами направлений трансформации образовательной системы на этапе школьного образования является проходящая под лозунгом преодоления формализма и избавления от авторитарного стиля преподавания, реализация новых способов организации и ведения учебного процесса, а также новых педагогических технологий. На наш взгляд, и в этом случае можно отметить адаптацию системы образования к требованиям инновационной экономики. В связи с тем, что знания и навыки, необходимые для создания инноваций не могут быть приобретены в процессе прямого следования инструкциям и пассивного усвоения информации, актуальными становятся технологии преподавания и обучения, основанные на принципах активного участия, социального взаимодействия и рефлексии. Чтобы быть способными трудиться в условиях инновационной экономики, учащиеся должны уметь работать с инновациями и учиться на них, а значит, их познавательные и другие навыки и умения должны соответствовать особенностям протекания нелинейных, самоорганизующихся и коллективных инновационных процессов. Соответственно, необходимо переосмысление преподавания и обучения как нелинейных, недетерминистских и комплексных процессов.

Учет всех этих требований в педагогической практике приводит к появлению новых, или, как их называют, инновационных педагогических технологий, и новых способов организации обучения, среди которых можно отметить такие, как технология проблемного обучения, модульная организация процесса обучения, проектная деятельность, исследовательская деятельность, бесклассная курсовая подготовка, игровые технологии, проектирование и реализация индивидуальных учебных планов учащихся, обучение в открытых студиях, суггестивная педагогика<sup>339</sup>, основанная на сочетании методов внушения и игровых методов и другие. Эти технологии призваны обеспечить активное участие в уроке каждого ученика, повысить авторитет знаний и индивидуальную ответственность школьников за результаты учебного труда.

Если обобщить особенности рассмотренных педагогических технологий, то

---

<sup>339</sup> Петерс В.А. Педагогическая психология в вопросах и ответах. – М.: Лига, 2006.

можно отметить, что для них характерны личностно-ориентированный подход, акцент на развивающих моментах, будь это развитие познавательных или творческих возможностей, что все эти методы реализуются в рамках гуманистической педагогики и отвечают задаче формирования личности для инновационной экономики. Разнообразие методов обучения способствует усилению гибкости образовательной системы, которая реализуется также и в свободе выбора учебных дисциплин, индивидуализации целей и содержания обучения и, соответственно, учебных программ, а также форм контроля. Предполагается, что это позволит учащемуся использовать в процессе обучения все возможности собственной личности.

Однако при наличии разнообразных методов, форм и средств обучения, призванных способствовать индивидуализации обучения и развитию учащихся, необходимо констатировать отсутствие разработанных механизмов обеспечения возможности применения данных методов в рамках действующей образовательной системы в массовом масштабе.

Необходимо отметить и тот момент, что реализация рассмотренных педагогических технологий, как по отдельности, так и в комплексе требует разработки новой системы знаний, умений и навыков уже учителя. В частности, учитель сегодня должен уметь конструировать новые педагогические ситуации, новые задания, направленные на использование обобщенных способов деятельности и создание учащимися собственных продуктов как практических результатов освоения знаний. Следствием этого выступает необходимость внесения изменений в методику подготовки самих учителей.

Таким образом, проникновение установок инновационной культуры в систему образования на этапе школьного обучения приводит к следующим ее трансформациям. Приоритетной функцией школы становится не информационная, а развивающая, в связи с чем, в обучении уменьшается доля информационных знаний и возрастает роль процедурных и оценочных знаний, вводятся рефлексивные знания, расширяются межпредметный и надпредметный

контексты знаний<sup>340</sup>, где метапредметные результаты освоения основной образовательной программы выходят на первый план. Происходит смена образовательной парадигмы с традиционалистской на гуманистическую, предполагающую учет интересов, способностей и особенностей обучаемого, эффективное развитие его интеллектуальных и творческих способностей, повышение инновационного потенциала общества. Для осуществления личностно-ориентированного обучения и построения индивидуальной образовательной траектории, учитывающей особенности учащегося внедряются новые педагогические технологии. Это способствует усилению гибкости образовательной системы, облегчению доступа к знаниям, их скорейшему распространению, делает возможным синтез различных отраслей знания, что способствует появлению инноваций, носящих междисциплинарный характер.

Однако можно отметить и следующие проблемные моменты, связанные с изменением целей и принципов школьного обучения, вызванным необходимостью их адаптации к требованиям инновационной экономики. Увеличение количества альтернативных образовательных программ может привести к снижению образовательных стандартов и возможно, разрушению системы образования как целого. Свобода выбора дисциплин – к снижению общего уровня грамотности и образования, поскольку в динамично развивающемся (в том числе и под влиянием инновационной экономики) обществе процесс правильного и рационального выбора образовательной траектории чрезвычайно затруднен, если не сказать – невозможен. Актуальные на сегодняшний день предметы могут потерять свою актуальность в ближайшее время, между тем как время усвоения других предметов упущено. К негативным последствиям можно отнести усиление индивидуалистических установок и субъективизма в результате применения гуманистических педагогических технологий.

---

<sup>340</sup> Пурышева, Н.С., Ромашкина Н.В., Крысанова О.А. О метапредметности, методологии и других универсалиях// Вестник Нижегород. ун-та им.Н.И. Лобачевского. – 2012. – № 1 (1). – С. 11-17.

#### **4.3 Университет как объект инновационных изменений<sup>341</sup>**

В процессах трансляции и воспроизводства инновационной культуры университеты играют наиболее значительную роль, обусловленную многообразием выполняемых университетами в современном обществе функций. Они играют важную роль в процессе формирования инновационной личности, поскольку способствуют социализации личности, ее подготовке к получению того или иного социального статуса и выполнению соответствующих ролей. Являясь центрами международного сотрудничества, науки, культуры, в условиях глобализации, университеты привлекают и аккумулируют ресурсы для непрерывного совершенствования знаний, умений и навыков членов общества, что, в свою очередь, позволяет рассматривать их как значимые каналы трансляции инновационной культуры. Кроме того, университеты являются и основным поставщиком нового знания, необходимого для создания инноваций, и представляют собой последний этап в подготовке рабочей силы, которая должна быть способной к производству инноваций. И, наконец, как справедливо заметил Генри Ицковиц, уникальной особенностью и важным конкурентным преимуществом университетов является концентрация и движение в них молодежи, выступающей и в качестве источника новых идей, и в качестве наделяемой новыми знаниями потенциальной рабочей силы. В результате, именно университеты в современном обществе объявляются главными институтами инновационного развития, а их роль оценивается в качестве ключевой для формирования инновационной экономики. Новоприобретенная роль университета в качестве важного субъекта инновационной деятельности в современном обществе фиксируется как на уровне государственной политики, так и на уровне

---

<sup>341</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях: Малахова Н.Н. Особенности применения инновационных педагогических технологий в современном обществе [Текст]/ Н.Н. Малахова.// Вектор науки Тольяттинского государственного университета – 2013. – №4(26). С.249-252; Университет как институт формирования инновационной личности// Высшее образование для XXI века XII Международная научная конференция: Доклады и материалы. Симпозиум «Высшее образование и развитие человека». 3-5 декабря 2015 г. Москва. –М: Изд-во Моск. гуманит.ун-та, 2015. – С. 62-67; Малахова Н.Н. Научно-исследовательское направление деятельности университета как субъекта инновационной системы[Текст]/ Н.Н. Малахова.// Вестник Воронежского государственного университета – серия «Проблемы высшего образования» – 2014. – №2. С.57-60



научных концепций, касающихся развития системы высшего образования и системы образования в целом, в сознании предпринимательского сообщества, а также на уровне обыденного сознания. А Европейской комиссией в 2003 году инновационная деятельность наравне с обучением и научными исследованиями даже была провозглашена третьей миссией университетов.

Новоприобретенная роль университета в качестве важного субъекта инновационной деятельности фиксируется на уровне научных концепций, касающихся развития системы высшего образования и системы образования в целом, в сознании предпринимательского сообщества, а также на уровне институтов государственной власти. Так, в октябре 2003 г. в Брюсселе был проведен семинар в режиме «мозгового штурма» на тему «Взаимодействие университетов и промышленности», по результатам которого европейской комиссией инновационная деятельность наравне с обучением и научными исследованиями была провозглашена третьей миссией университетов. В научный оборот постепенно входит термин «инновационный университет», или «университет инновационного типа», обозначающий, по мнению некоторых исследователей «адаптивный к требованиям внешней среды функционирующий и интенсивно развивающийся научно-образовательный комплекс, деятельность которого ориентирована на удовлетворение спроса основных отечественных и зарубежных профильных рынков и получение прибыли, направляемой для повышения потенциала возможностей сохранения своей академической сущности, своеобразия и индивидуальности, моральной и интеллектуальной независимости»<sup>342</sup>.

На наш взгляд, выполняемые университетом функции, их важность для современного общества в целом и инновационной экономики, в частности, послужили причиной того, что именно университеты, под воздействием инновационной экономики подвергаются наиболее масштабным и значительным изменениям. Причем эти изменения не просто приветствуются представителями

---

<sup>342</sup> Рыгалин Д.Б., Зайченко С.Е., Леонтьев А.В., Микитась А.В., Стельмах Т.Ю. Место инновационного университета в экономической системе, основанной на знаниях//Инновации. – 2006. –№ 7(94). – С.51

научных, предпринимательских и государственных структур, но формулируются в качестве обязательного условия функционирования университетов в реалиях современного общества. Так, по мнению В.А. Пушных «.... университеты должны измениться так, чтобы не только в наибольшей степени соответствовать общественным потребностям и ожиданиям, но и помочь обществу адекватно сформулировать свои потребности»<sup>343</sup>. Но на наш взгляд, последствия этих изменений неоднозначны и затрагивают интересы не только системы образования, но и всего общества.

Чрезвычайно востребованная в современных экономических условиях и в связи с этим позитивно оцениваемая инновационная деятельность, можно сказать легитимизирует коммерческий компонент в деятельности университета и превращает его в коммерческую, по сути, организацию. Эту особенность фиксирует Г. Чесбро, который в работе «Открытые инновации» отмечает, что университеты США постепенно становятся коммерческими организациями, если говорить об использовании результатов их исследований<sup>344</sup>. Поскольку коммерческие организации являются субъектами в первую очередь экономических отношений, превращение современных университетов в коммерческие организации, в связи с их деятельностью в рамках инновационной экономики, предполагает трансформацию образовательных организаций в рыночные структуры, выступающие в качестве ключевых игроков новой экономики<sup>345</sup>. Как участник экономических отношений университет должен обеспечивать рыночную ориентацию своей деятельности уже не только в отношении трансфера результатов научных исследований в экономику, но и по всем остальным направлениям. В связи с тем, что к основным миссиям современного университета относятся создание нового знания, трансляция этого знания в процессе обучения, а также передача разработанного внутри ВУЗа интеллектуального «продукта» в реальную экономику, можно выделить

---

<sup>343</sup> Пушных В.А., Ершова М.А. Метафорическая модель инновационного университета//Проблемы управления в социальных системах. – 2011. – №4. – С.68

<sup>344</sup> Чесбро Г. Открытые инновации/ Пер. с англ.В.Н. Егорова. – М.: Поколение, 2007. – С.311

<sup>345</sup> Бодункова А.Г., Чёрная И.П. Проблемы реализации стратегических приоритетов ВУЗов на основе фрактального подхода// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. –2015. – №1. –С.97

следующие рынки, на которых могут быть востребованы продукты деятельности университета:

- рынок научно-технической продукции и услуг, где университет предоставляет товары следующих видов: научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы по заказам, научно-техническую продукцию (в виде устройств, приборов, программ и т.д.), научно-технический консалтинг как услугу, а также результаты научных исследований как объекты интеллектуальной собственности, права на которые могут продаваться на рынке;

- рынок образовательных услуг, где университет осуществляет реализацию рыночно-ориентированных образовательных программ;

- рынок труда, на котором университет присутствует в качестве поставщика рабочей силы, определенного качества.

На всех этих рынках современный университет вынужден функционировать в условиях жесткой конкуренции. Так, на рынке научно-технической продукции и услуг, как производитель научного знания, университет, долгое время занимавший, благодаря значительной государственной поддержке и высокому общественному авторитету практически монопольное положение, сегодня конкурирует с научно-исследовательскими лабораториями промышленных корпораций, корпоративными университетами, государственными научными центрами и лабораториями, консалтинговыми фирмами и др.<sup>346</sup>. При этом организации, входящие в частную индустрию научных услуг, имеют несомненные конкурентные преимущества, к которым относятся способность осуществлять значительные финансовые инвестиции в развитие научных лабораторий и большая, чем у университетов (в силу их дисциплинарной структуры) гибкость в осуществлении междисциплинарных исследований. Имея в наличии значительную материальную базу, созданную для проведения внутрифирменных научных исследований, бизнес сегодня выступает в качестве главного конкурента университетов уже не только при осуществлении

---

<sup>346</sup> В современных условиях университеты являются лишь одним из участников распределенной системы производства научного знания, выполняя, по данным ОЭСР, в среднем около 15% всех научно-исследовательских и технических разработок.

прикладных исследований, но и отбирает у университетов значительную долю «рынка» фундаментальных исследований, а вместе с ним и часть федеральных средств, идущих на эти цели.

На рынке образовательных услуг университет вынужден конкурировать с учебными подразделениями предприятий и корпораций. Транснациональные корпорации IBM, Microsoft, Cisco Systems и др. создали глобально-распределенные образовательные среды непрерывного образования с выдачей сертификатов, имеющих порой при приеме на работу в соответствующей сфере больший вес, чем традиционные университетские дипломы.

Выступая в качестве субъекта экономических отношений, для увеличения своей конкурентоспособности на указанных рынках, университет вынужден ориентироваться на диалог с потребителями своих продуктов и услуг, в связи с чем одним из важнейших индикаторов успешности и результативности деятельности университета становится удовлетворенность потребителей — заказчиков научных исследований, студентов и работодателей. Рассмотрим, к каким последствиям это приводит по всем направлениям деятельности университета.

В отличие от классического университета, который автономен и самостоятелен в выборе направлений исследований, то есть склонен к генерированию тех знаний, которые он умеет генерировать в данный момент, университет, занимающийся инновационной деятельностью, должен генерировать те знания и в те сроки, которые необходимы бизнесу в данный момент для повышения конкурентоспособности компании, отрасли, региона, страны. В результате, в выборе направлений исследований университет попадает под диктат бизнеса, заинтересованного в научных исследованиях и разработках определенного качества, осуществляемых на базе университета, а научно-исследовательская политика университета начинает отражать в первую очередь интересы промышленных предприятий, как заказчиков, оплачивающих исследования. Деятельность университетов в качестве субъектов рыночных отношений была обозначена термином «академический капитализм», введенным

в научный оборот американскими исследователями Ш. Слоутером и Л.Лесли в 1997 году<sup>347</sup>.

В условиях инновационной экономики промышленные предприятия, как заказчики исследований, нуждаются в разработках, результаты которых можно коммерциализировать в ближайшее время, поскольку высокий уровень конкуренции, массовая инновационная деятельность сокращает время выхода инновационного продукта на рынок и его жизненный цикл. В результате промышленными предприятиями в первую очередь оказываются востребованы прикладные, а не фундаментальные исследования. Но рыночная ориентация деятельности университетов меняет пропорции не только в осуществлении фундаментальных и прикладных исследований. Как показывает практика, наиболее эффективными в качестве инновационных становятся технические университеты, а это может значить, что исследования в рамках гуманитарных дисциплин, не имеющие ценности с точки зрения возможностей их практического применения, не будут востребованы в обществе с инновационной экономикой. Между тем гуманитарное образование, изучение гуманитарных дисциплин может выступать в качестве важного фактора, способствующего повышению эффективности инновационной деятельности. Так, «воспитание философией» или «воспитание искусством», поднимает мышление на качественно более высокий уровень. Кроме того, гуманитарное образование развивает образное мышление и активизирует деятельность правого полушария головного мозга, а именно лидирующая роль правого полушария при совместной работе обоих полушарий необходима, по мнению психологов, для решения нестандартных заданий и продуцирования инновационных идей. Важность изучения гуманитарных дисциплин для осуществления инновационной деятельности подтверждают и результаты исследований, выполненных независимо друг от друга Гарвардским университетом и крупнейшей телекоммуникационной фирмой Bell. Согласно этим исследованиям, выпускники гуманитарных факультетов, на первых этапах

---

<sup>347</sup> Slaughter S.A., Leslie L.L. Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University. – Baltimore.: MD, 1997.

служебной карьеры уступающие позиции своим коллегам с инженерными дипломами, затем резко уходят вперед по лестнице профессионального роста, так как отличаются заметно большей гибкостью в принятии сложных решений, большей готовностью к заинтересованному восприятию свежих идей, принципиально новых научных методов и технологических концепций, легче находят контакт с наиболее «трудными» и соответственно инновационно перспективными сотрудниками фирмы. Острая конкуренция, как правило, стимулирует, а не угнетает их творческий потенциал. В целом они оказываются готовы к восприятию принципиально новых социальных, экономических, научных и технологических парадигм заметно лучше, чем какая-либо другая социальная группа их поколения<sup>348</sup>.

Таким образом, включение университетов в процессы создания инновационных продуктов и технологий разрушает автономию университетов в вопросах определения направлений научных исследований, приводит к подчинению интересам бизнеса и вынуждает университеты заниматься в первую очередь прикладными исследованиями по заказу промышленных предприятий в ущерб фундаментальным исследованиям, в соответствии с собственными научными интересами. Для бизнеса между тем такая расстановка сил удобна, так как университеты выступают в качестве подконтрольного бизнесу поставщика услуг, источника идей и инноваций. Уменьшение (по любым причинам) государственного финансирования системы высшего образования также выгодно в первую очередь бизнесу. Оно не просто увеличивает зависимость университетов от бизнеса, выступающего в этих условиях основным источником финансирования, и еще больше подчиняет научную деятельность его интересам, но и позволяет сэкономить на проведении научных исследований в собственных лабораториях и, соответственно, на содержании этих лабораторий. С. Фулер обращает внимание на тот факт, что «как бы демонстративно индустрия ни поддерживала на словах «заоблачные» фундаментальные исследования, она во

---

<sup>348</sup>Громов Г.Р. Кадровая политика инновационной фирмы/URL:[http://www.wdigest.ru/innovation\\_mechanizm\\_hr.htm](http://www.wdigest.ru/innovation_mechanizm_hr.htm)(Дата обращения 06.06.2015)

все большей степени стремится финансировать такие работы академиков, за которые можно заплатить меньше, чем при их проведении в собственных департаментах исследований и разработок». Не случайно поэтому, первые крупные исследовательские лаборатории в промышленности, тесно связанные с фундаментальными исследованиями, возникли в первой половине XX-го века, когда было еще относительно легко переманить академиков, работавших в университетах и получавших вознаграждение лишь за преподавание в пределах узких дисциплинарных ограничений. Теперь же, когда университеты увеличили масштабы своих собственных исследований и развили соответствующую материальную базу, с финансовой точки зрения для индустрии более мудрой является стратегия использования преимущества относительно более скромной оплаты труда в академических учреждениях и все еще остающихся либеральными правил передачи знаний<sup>349</sup>. Таким образом, университет становится более дешевым вариантом коммерческой лаборатории.

Рынок образовательных услуг, на котором университет представляет образовательные программы, тесно связан с рынком труда, поскольку на этой ступени образования основной задачей становится подготовка рабочей силы для рынка труда. По признанию начальника отдела европейской комиссии Ангелики Верли «в современном обществе знаний, где высшее образование становится потребностью для практически половины всего населения, университеты больше не могут действовать как полностью независимая академическая сила. В своей деятельности университеты должны все больше и больше ориентироваться на нужды студентов, для которых принципиальное значение имеет возможность получить работу, а также на нужды общества в целом»<sup>350</sup>.

Между тем рынок труда, формируемый инновационной экономикой, имеет свои специфические особенности. Его отличают связанные с резкими колебаниями инновационной конъюнктуры, многократные, зачастую

---

<sup>349</sup> Фулер С. В чем уникальность университетов? Обновление идеала в эпоху предпринимательства // Вопросы образования. – 2005. – Т.2. – №2. – С. 22

<sup>350</sup> Выстроим взаимодействие между миром труда и миром образования через программу Tempus. Европейская Комиссия Генеральный Директорат по вопросам культуры и образования // Люксембург: Бюро Официальных Публикаций Европейских сообществ, 2007. – С.5

непредсказуемые изменения технологий (в том числе и социальных) за короткие промежутки времени. Это, в свою очередь, порождает быструю смену требований к навыкам производственной деятельности, что влечет за собой необходимость переобучения, повышения или получения новой квалификации, или смены профессии. С одной стороны, следствием этого становится неопределенность жизненных сценариев в целом, и усиление риска ошибочной специализации в частности, который в ситуации общей неопределенности становится несовместимым с рациональным выбором. С другой стороны, поскольку требования к знаниям, имеющимся у работника и необходимым для трудовой деятельности, постоянно меняются, происходит обесценивание культурного капитала, которым владеет работник на текущий момент. В этой ситуации, по мнению Е.Г. Пантелеева, система образования может развиваться по двум противоположным направлениям в подготовке специалистов: в направлении утилитаризма и в направлении универсализма. Утилитарный подход на первый план выдвигает образовательные программы, тесно соотносимые с какой-либо конкретной практикой, распространенной в текущей социальной действительности, в результате чего происходит подготовка специалистов узкой квалификации. Универсалистский подход подразумевает два содержательных компонента: инфраструктуру знания (совокупность навыков получения новых знаний и переквалификации) и теоретическое обобщение, благодаря чему «образует единую систему, призванную создать у обучающегося когнитивную структуру со множеством «разъемов», куда могут при необходимости включаться различные блоки знания»<sup>351</sup>.

В соответствии с рыночной ориентацией университета выбор направления подготовки становится прерогативой студента, поскольку студенты, в контексте рыночной ориентации становятся потребителями образовательных услуг, а значит клиентами университета как коммерческой организации. В этом случае отношения студентов с университетами регулируются формулой «клиент всегда прав».

---

<sup>351</sup> Риск в образовании молодежи («круглый стол»)// СОЦИС. –2006. – №5.– С.42-51



Шансы успешной интеграции в систему трудовых отношений сегодня увеличиваются в результате реализации принципов утилитарного подхода, поэтому он и становится востребованным студентами. Наличие фундаментальных знаний у студента как у потенциального работника не нужно и другому субъекту, действующему на рынке труда – работодателю, нанимающему выпускников с целью удовлетворения кадровых потребностей своих организаций и по сути, являющемуся потребителем выпускников как рабочей силы. В связи с постоянными и быстрыми изменениями рыночной конъюнктуры работодателю необходим работник, обладающий актуальными на сегодняшний день трудовыми навыками, которые зачастую не требуют наличия фундаментальных знаний. Для выполнения определенных функций работнику достаточно владеть определенным (ограниченным) объемом информации, который, в свою очередь можно легко получить, используя интернет, электронные справочники, путем обучения на краткосрочных курсах и т.п. Таким образом, студент и со стороны потенциального работодателя не имеет стимулов к приобретению фундаментальных знаний и их пополнению в течение всей жизни. В результате студенты делают выбор в пользу образовательных программ, тесно соотносимых с конкретной практикой, а университеты, в соответствии с запросами студентов, увеличивают количество прикладных дисциплин, сокращая фундаментальные курсы.

Между тем уменьшение и сокращение числа фундаментальных дисциплин в образовательных программах имеет долгосрочные негативные последствия и для самой инновационной экономики. Во-первых, это уменьшает количество студентов, выбирающих для своей карьеры деятельность, связанную с фундаментальной наукой, создавая не только проблему преемственности научных поколений, но и уменьшая количество потенциальных разработчиков инновационных идей и создателей нового знания, необходимого для радикальных инноваций (не только приносящих максимальную прибыль, но и являющихся двигателями научно-технического прогресса). Во-вторых, в стремлении обеспечить успешное трудоустройство сегодня, университеты выпускают

практиков, владеющих четко ограниченным кругом знаний по определенному предмету, знаний, не отличающихся глубиной и, по сути, являющихся поверхностными. Выпускники-практики зачастую не обучены на более или менее абстрактном уровне обобщать получаемые сведения. Отсутствие фундаментального уровня знаний, а также навыка обобщения лишают их в будущем возможности самостоятельного обновления знаний, что затрудняет возможность требуемого повышения квалификации или обучения другой специальности. В свою очередь, в условиях неопределенности, порождаемых функционированием инновационной экономики, в долгосрочной перспективе это не увеличивает, как ожидалось студентами, а уменьшает их шансы на трудоустройство. Кроме того, такое качество знаний многократно уменьшает успешность требуемой обществом инновационной деятельности. Без полноценного изучения теоретических основ предмета профессиональный горизонт специалиста будет узким, а мышление ригидным. Современные инновации, по признанию многих исследователей, рождаются на стыке дисциплин, носят междисциплинарный характер, а специалист узкой специализации просто в силу ограниченности своих знаний не сможет выйти на междисциплинарный уровень мышления. Таким образом, содержательные аспекты образования в данном случае утрачивают свое значение в качестве инновационного ресурса.

Кроме того, как раз прикладные знания более подвержены быстрому устареванию и, сменяясь новыми, часто исчезают без следа; нередко их приходится открывать заново, приспособляясь к новым условиям. Таким образом, и для студента и для университета образуется своего рода замкнутый круг. Необходимость пополнения заведомо ограниченных знаний будет вновь и вновь приводить студента (уже бывшего) на студенческую скамью, только теперь уже на краткосрочные курсы в формате профессиональной переподготовки и т.п. Университет, в свою очередь, обеспечивает себя потребителями образовательных услуг и функционирует в соответствии с концепцией непрерывного образования.

Все вышерассмотренные процессы трансформации традиционных

направлений деятельности университета не могли не привести к качественному изменению роли преподавателя и эти изменения уже фиксируются на уровне научных исследований. Как отмечают А. О. Грудзинский и О.В. Петрова, «переход от модели традиционного (гумбольдтовского) университета к модели инновационного университета предполагает изменения не только в системе управления университетом..., но и в содержании профессиональной деятельности профессорско-преподавательского состава»<sup>352</sup>.

Поскольку преподаватель в университете выступает одновременно в качестве ученого-исследователя, педагога и методиста, представляется необходимым рассмотреть изменение роли преподавателя по всем указанным направлениям.

Связанный с инновационной ориентацией экономики императив коммерциализации результатов научно-исследовательской деятельности переносит акцент в деятельности преподавателя университета с умения произвести новое знание, на умение выгодно представить его в качестве товара, имеющего рыночную стоимость. На стадии разработки – чтобы привлечь для финансирования исследований внешние гранты и дотации, а на заключительной стадии – для продажи в качестве объекта интеллектуальной собственности. Между тем коммерциализация разработок делает их товаром, который обращается на рынке как любой другой. Цена на него устанавливается в соответствии со спросом и предложением, а в целях стимулирования спроса используется реклама, создание привлекательного образа, его презентация, популяризация научных достижений. Чтобы привлечь заинтересованных лиц на стадии финансирования исследований необходимо, чтобы идею хорошо приняли, а значит инноваторам нужно понятными всем словами объяснять, в чем ее новизна, и каковы возможности получения прибыли. В результате преподаватель вынужден приобретать навыки маркетолога. Реализация модели инновационного университета предполагает постановку перед преподавателем целого ряда новых

---

<sup>352</sup> Грудзинский А. О., Петрова О. В. Мотивационная готовность научно-педагогических работников университета к предпринимательству в научно-образовательной сфере //Вестник ННГУ. – 2012. – №2-1. – С.12

для него задач, таких как управление научно-исследовательскими и опытно-конструкторскими работами; осуществление маркетинга результатов научных исследований; подбор команды проекта и управление ею; управление бюджетом проекта и интеллектуальной собственностью. Для выполнения этих задач преподавателю необходимо приобретать уже навыки менеджера. Поскольку западные университеты раньше приступили к реализации модели инновационного университета, отдельные аспекты прогнозируемых вышеуказанными авторами изменений уже были проанализированы. По результатам проведенного анализа продолжительности и структуры занятости профессора выяснилось, что 43% рабочего времени тратится на преподавание, 31% – на исследование и оставшееся время (26%) – на выполнение административных и общественных обязанностей, куда, в том числе, входит лоббистская деятельность по привлечению финансирования. При этом доля времени, необходимая для преподавания, неуклонно сокращается, а для исследований и администрирования – растет<sup>353</sup>.

Востребованность качеств менеджера и маркетолога, по мнению Н.Е. Покровского, меняет стратификацию преподавательского состава, поскольку «бесспорными лидерами в университетских сообществах становятся те из них, кто любыми способами (иногда далекими от академических) мобилизует грантовую поддержку со стороны фондов и частных спонсоров, привлекает массы студентов, а также постоянно работает над личным брендом на внешнем рынке, включая престижные премии, шумные публикации, связь со средствами массовой информации и пр.»<sup>354</sup>. Кроме того, поскольку инновационная деятельность предусматривает тесную связь с предпринимательской практикой, появляется и становится востребованной так называемая модель «практикующих профессоров» (P-O-P, Professor-of-Practice), описанная Г. Ицковицом. «Практикующий профессор» – это преподаватель, создавший свою высокотехнологичную фирму. Как только фирма становится успешной, ее основатель может пригласить на

---

<sup>353</sup> Leslie L., Oaxaca R., Rhoades G. Technology Transfer and Academic Capitalism // AAAS Science and Technology Policy Yearbook 2001 / A. Teich, S. Nelson, C. McEnaney, S. Lita (ed.). – Wash. (DC): AAAS, 2001. – P. 261-277

<sup>354</sup> Покровский Н.Е. Побочный продукт глобализации: университеты перед лицом радикальных изменений.// ОНС. – 2005. – №4. – С.150

работу менеджеров, а у него самого появляется больше свободного времени для других дел, в том числе – для преподавательской деятельности, и зачастую такие преподаватели возвращаются в университет. Однако имея опыт предпринимательской деятельности, он может мыслить уже в других, более обширных категориях, поскольку становится компетентен не только в вопросах проведения научных исследований, но и в вопросах организации и ведения бизнеса.

Таким образом, вмешательство инновационного императива в деятельность университета приводит к изменению, как традиционной роли преподавателя, так и ее содержательных характеристик.

Следующим из направлений трансформации современных университетов, связанной с деятельностью университетов в качестве субъектов инновационной экономики, становится изменение целей деятельности университета, его ценностей, а также изменение университетской культуры.

Поскольку целью деятельности инновационного университета становится производство продукта или услуги, направленное на достижение целей организации, его можно определить уже как целеориентированную организацию<sup>355</sup>. Переход университета от ценностно-ориентированной к целеориентированной деятельности отмечен и Ж. Ф. Лиотаром, который писал, что «в контексте утраты легитимности (делегитимации) университеты и институты высшего образования подчиняются отныне требованию формирования компетенций, а не идеалов: столько-то врачей, столько-то преподавателей той или иной дисциплины, столько-то инженеров, столько-то администраторов и т.п.»<sup>356</sup>.

Между тем переход от ценностно-ориентированной к целеориентированной деятельности, как справедливо отметил В.А. Пушных, требует осуществления длительной, спланированной деятельности по насаждению новых ценностных ориентаций сотрудников, с целью изменения не только их базовых представлений, но и организационной культуры. Эти процессы уже реализуются в

---

<sup>355</sup> Пушных В. А. Сравнительный анализ организационных культур российского и американского университетов// Вопросы образования. –2010. – № 4. – С. 291

<sup>356</sup> Лиотар Ж. Ф. Состояние постмодерна. – М.: Алетейя, 1998. – С. 118.

западных университетах. Например, в университетах США очень большое внимание уделяется воспитанию у своих научных сотрудников так называемой «культуры предпринимательства» в том числе и при помощи административных методов.

Интерес как мотив при выборе направления исследований, уступает место мотиву конкурентоспособности, поиск истины заменяется удовлетворением потребности заказчика, служение обществу трансформируется в обслуживание интересов промышленного предприятия, получение нового результата или знания, заменяется получением гранта или финансирования со стороны заказчика, а в качестве доминирующих ценностей рассматриваются эффективность и гибкость, необходимые для выживания в конкурентной среде<sup>357</sup>. Изменение ценностных установок, на наш взгляд, ярко демонстрирует следующая фраза: «зачем же нужны образование и наука в университетах? Не только ведь для самого процесса познания, но и для чего-то третьего, а именно для трансфера знания в экономику»<sup>358</sup>.

Развитие личности студента заменяется его удовлетворенностью как клиента, а сами студенты, согласно высказываниям отдельных ученых, выступают уже в качестве товара в цепочке отношений «потребитель-производитель». «Особенность образовательной деятельности университета и взаимосвязанность его товаров заключается в том, что студенты и выпускники, являющиеся непосредственными потребителями на рынке образовательных услуг, после «потребления» товара – образовательной программы становятся «товаром» на рынке труда<sup>359</sup>.

Таким образом, университет, выступая в качестве активного субъекта инновационной экономики и одного из основных институтов формирования инновационной личности, сам претерпевает значительные трансформации,

---

<sup>357</sup> Абрамов Р.Н. Менеджериализм и академическая профессия. Конфликт и взаимодействие// Социологические исследования (СОЦИС). – 2011. – № 7. – С.41

<sup>358</sup> Боков Л.А., Кобзев А.В., Уваров А.Ф., Шурыгин Ю.А. На пути к предпринимательскому университету // Инновации. – 2011. – №4. – С.13

<sup>359</sup> Шестопалов М.Ю., Белаш О.Ю., Рыжов Н.Г. Маркетинговая деятельность технического университета//Инновации. – 2011. –№ 3 (149). – С.12-17

касающиеся его структуры, принципов деятельности, традиционных направлений деятельности, ролей основных участников образовательной деятельности, культуры, ценностей и пр. Однако парадоксальным образом, изменения, преследующие цель создания условий, обеспечивающих большую эффективность инновационной экономики, по своим последствиям способствуют как раз обратному. В частности, осуществление университетом образовательной функции, одной из целей которой является формирование личности для инновационной экономики или инновационной личности приводит к ухудшению качества образования, утрате содержательными аспектами образования своего значения в качестве инновационного ресурса, и формированию личности, не способной к инновационной деятельности, что не может не сказаться отрицательно и на функционировании самой инновационной экономики.

## **ГЛАВА V ДЕЯТЕЛЬНОСТНОЕ ОСНОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ**

### **5.1 Инновационная деятельность – содержательные характеристики и особенности осуществления**

В соответствии с взятой за методологическую основу системной концепцией культуры, инновационная культура должна проявлять себя в определенных видах деятельности, где культурные качества инновационной личности реализуются в социально-одобряемой форме. Действительно, уже не только в научных исследованиях, но и в официальных документах можно отметить выделение такого вида деятельности как «инновационная деятельность». Так, проблематике инновационной деятельности посвящены не только статьи, но и диссертации<sup>360</sup>, а также монографии<sup>361</sup>, а официальное определение «инновационной деятельности» было закреплено в Законе «Об основах государственной научно-технической политики», где под инновационной деятельностью понимается деятельность, обеспечивающая создание и реализацию инноваций<sup>362</sup>.

В то же время, существующие дефиниции инновационной деятельности демонстрируют различие подходов к выделению ее основных особенностей и содержательных компонентов. Возможной причиной этого является то, что попытки определения инновационной деятельности осуществляют представители различных областей научного знания: философы, социологи, экономисты, юристы и даже историки. Так, Н.Н. Ханчук считает, что инновационная деятельность является, прежде всего, исторической категорией, поскольку она выступает как

---

<sup>360</sup> Буртовой М.Ю. Административно-правовое регулирование инновационной деятельности в Российской Федерации. Автореф. канд. дисс. Челябинск, 2011. URL:[http://www2.susu.ac.ru/file/abstact/avtoref\\_burtovogo.doc](http://www2.susu.ac.ru/file/abstact/avtoref_burtovogo.doc). (Дата обращения 03.02.2015)

<sup>361</sup> Гамидов Г.С. Основы инноватики и инновационной деятельности. СПб.: Политехника, 2000.; Гусаков М.А., Максимов В.В., Румянцев А.А. Методология исследований проблем научной и инновационной деятельности в регионе. СПб, 1996; Кокурин Д.И. Инновационная деятельность. М.: Экзамен, 2001.

<sup>362</sup> Федеральный закон от 23.08.1996 N 127-ФЗ (ред. от 03.12.2012) «О науке и государственной научно-технической политике»



общеисторический процесс, как момент жизнедеятельности человека и общества, включающий естественные и искусственные, социально-политические, экономические и другие факторы общественного развития<sup>363</sup>. Н.И. Лапин, взяв за основу данное К. Марксом определение деятельности как глубинного источника саморазвития человека, определил инновационную деятельность как предметно-практическую продуктивную деятельность людей, которая является творческой и создает новые качества в различных сферах их жизни. Она занимает высший методологический статус метадеятельности: ее объектом являются другие виды деятельности, которые сформировались в предшествующий период и приобрели репродуктивный характер, а их средства (способы, приемы) стали рутинными для данного сообщества людей. На их изменение и направлена инновационная деятельность. Он же выделил и главную функцию инновационной деятельности по отношению к обществу – функцию изменения, развития способов, механизмов их функционирования во всех сферах жизнедеятельности общества. Таким образом, инновационная деятельность есть метадеятельность, изменяющая рутинные компоненты репродуктивных видов деятельности<sup>364</sup>. П. Друкер рассматривает инновационную деятельность как инструментальную категорию, подчеркивая, что «Инновационная деятельность – это особый инструмент, позволяющий предпринимателю использовать перемены и превращать их в новые возможности для, например, открытия нового бизнеса или оказания новой услуги... Предприниматель должен находиться в целенаправленном поиске источников инноваций, перемен и признаков, указывающих на возможности успешной инновационной деятельности. И он должен знать и применять на практике принципы успешной инновационной деятельности»<sup>365</sup>. Ю.А. Карпова предлагает определить инновационную деятельность как метадеятельность, направленную на преобразование всего комплекса личностных средств субъекта, которые обеспечивают не только адаптацию к быстро меняющейся социальной и

---

<sup>363</sup> Ханчук Н.Н. Инновационная деятельность в системе научных категорий// Современные проблемы филологии, искусствоведения и культурологии: материалы международной заочной научно-практической конференции. (14 августа 2012г.) – Новосибирск: Изд. «Сибирская ассоциация консультантов», 2012. – 114с.

<sup>364</sup> Лапин Н.И. Теория и практика инноватики: учеб. пособие. – М.: Университетская книга; Логос, 2008. – С.45

<sup>365</sup> Друкер П. Бизнес и инновации: Пер. с англ. – М.: ООО «И.Д. Вильямс», 2007. – С. 39.

профессиональной реальности, но и возможность воздействия на нее<sup>366</sup>. В «Большом юридическом словаре» содержится следующая дефиниция: инновационная (внедренческая) деятельность – деятельность по созданию и использованию интеллектуального продукта, доведению новых оригинальных идей до реализации в виде готового товара на рынке, организации экспертиз, внедрению и тиражированию изобретений, ноу-хау, научно-технических разработок, научных произведений, открытий, промышленных образцов, товарных знаков, проведение научно-исследовательских, проектных, опытно-конструкторских, маркетинговых исследований с целью создания образцов новой техники и новых технологий; патентно-лицензионная деятельность)<sup>367</sup>. Однако доминирующим направлением научных исследований является рассмотрение инновационной деятельности как экономической категории, где инновационная деятельность понимается как деятельность, направленная на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования. Результатом инновационной деятельности являются новые или дополнительные товары/услуги или товары/услуги с новыми качествами.

Между тем попытка определиться с сущностью инновационной деятельности предполагает анализ ее основных элементов, которыми выступают, прежде всего, трудовая деятельность, осуществляемая в рамках социального института производства (поскольку целью этой деятельности является повышение его экономической эффективности, получение конкурентных преимуществ и т.п.), а также творческая деятельность, поскольку инновация по определению – это нечто, отличающееся новизной.

Нам представляется, что для уточнения содержания инновационной деятельности, необходимо проанализировать соотношение понятий деятельность, труд и творчество. В философском плане, деятельность – это специфически человеческий способ отношения к миру, представляющий собой процесс, в ходе которого человек творчески преобразует природу, а труд – это вид деятельности,

---

<sup>366</sup> Карпова Ю.А. Введение в социологию инноватики. Учебное пособие. –СПб.: Питер, 2004. – С.24

<sup>367</sup> URL:<http://jurisprudence.academic.ru/>(Дата обращения 01.02.2015)

целесообразная деятельность человека, направленная на созидание материальных и духовных благ, необходимых для существования индивида и общества. В свою очередь, творчество представляет собой возникшую в труде способность человека из доставляемого действительностью материала созидать (на основе познания закономерностей объективного мира) новую реальность, удовлетворяющую многообразным общественным потребностям, и понимается как процесс человеческой деятельности, создающий качественно новые материальные и духовные ценности<sup>368</sup>.

Можно заметить, что деятельность как предельно широкое понятие, описывает сущностное содержание процесса взаимодействия человека с природой, и этот процесс, безусловно, носит творческий характер, ввиду того, что преобразование всегда подразумевает создание новых форм. Однако труд как более узкое понятие, как разновидность деятельности, направленная на преобразование ресурсов природы в материальные, интеллектуальные и духовные блага, не обязательно включает в себе творческий компонент. Преобразование природы с целью приспособления предметов к потребностям человека для жизнеобеспечения его и общества может принимать характер тиражирования и воспроизводства благ в уже устоявшейся форме. Подтверждением тому может служить тысячелетняя история цивилизаций традиционного типа, где деятельность основывалась на воспроизводстве существующей традиции, новшества, когда они появлялись, были подчинены традициям, маскировались под традиции, двигались в границах традиций. Что касается творчества, то направленность на создание нового как его специфическая особенность и обязательное условие выделения его как вида деятельности позволяет некоторым исследователям заявить, что творчество универсально и «не привязано» к определенному виду деятельности (в нашем случае к трудовой). Как отмечает доктор психологических наук А.И. Савенков, творческая деятельность может выступать и компонентом любого вида деятельности, и самостоятельным видом деятельности, имеющим собственные характеристики.

---

<sup>368</sup> Философский словарь/Под ред. И.Т. Фролова.- 7-е изд., перераб. и доп. – М.:Республика,2001. – С.554

Выделение творчества как особого компонента, присутствующего или отсутствующего в том или ином виде деятельности нашло свое отражение в дифференциации деятельности на продуктивную, связанную либо с выработкой новых целей и соответствующих им средств или с достижением известных целей новыми средствами и репродуктивную, сутью которой является воспроизведение уже имеющегося опыта; повторение выработанных и апробированных другими способов действия при выполнении той или иной задачи, копирование тиражированного опыта. Можно заметить, что творчество выступает необходимым компонентом только продуктивной деятельности.

Таким образом, труд и творчество являются различными видами деятельности, о чем свидетельствует выделение таких видов труда как творческий или продуктивный и репродуктивный, где критерием выделения выступает наличие творческого компонента в трудовой деятельности. Использование творческих способностей человека в трудовой деятельности в рамках социального института производства не является обязательным условием его функционирования, поскольку трудовая деятельность может ограничиваться стандартизированными механизированными, повторяющимися действиями целью которых является простое воспроизводство устоявшихся форм. Трудовая деятельность становится продуктивной или инновационной только в случае включения элементов творчества в производственную деятельность, и тогда мы можем определить инновационную деятельность, как трудовую деятельность, в рамках которой происходит реализация творческих способностей человека.

Однако сложный характер связи между трудом и творчеством, при котором не любой труд является творчеством, но творчество – это всегда труд, позволяет некоторым исследователям определить творчество как высшую форму продуктивного труда, обеспечивающую создание новых идей, образов, их воплощение в новом продукте. В этом случае инновационную деятельность можно определить и как творческую деятельность, но с некоторыми ограничениями. Так, по справедливому замечанию Терезы Амабайл: «Для творческой идеи как фактора развития бизнеса недостаточно одной

оригинальности. Она должна быть уместна, т.е. полезна и выполнима, а ее реализация должна тем или иным способом повлиять на бизнес»<sup>369</sup>. Таким образом, творческая деятельность, чтобы считаться инновационной, должна быть подчинена интересам производства, а продукт этой деятельности должен быть не просто новым, но и способным принести прибыль или обеспечить конкурентные преимущества.

Как можно заметить, в контексте инновационной деятельности и трудовая и творческая деятельность выступают не в чистом виде, а с некоторыми добавлениями и уточнениями.

Сложность в определении инновационной деятельности связана еще и с тем, что, выступающее особенностью инновационной деятельности единство труда и творчества возвращает нас к философскому определению деятельности в целом, и в таком случае добавление термина «инновационная» выглядит излишним умножением сущностей. Логично предположить, что если выделение инновационной деятельности как особого вида деятельности возможно в принципе, то оно будет обусловлено не только творческим характером трудовой деятельности, но спецификой инновационной деятельности, коренящейся в сущности инновации как феномена. В п.2.1 нами было показано, что инновация выступает, прежде всего, экономическим явлением. Следовательно, сферой осуществления инновационной деятельности является в первую очередь сфера экономических отношений и материального производства, а целью инновационной деятельности выступает достижение экономических эффектов. Выступая в качестве результата инновационной деятельности, инновация, как следует из ее определения, должна обеспечить дополнительную по сравнению с предшествующим продуктом или организационно-экономической формой экономическую (экономия затрат или дополнительная прибыль) и/или общественную выгоду»<sup>370</sup>. Здесь уместно также вспомнить, что особенностью деятельности как процесса взаимодействия человека с окружающей средой

---

<sup>369</sup> Амабайл Тереза М. Как убить творческую инициативу//Креативное мышление в бизнесе/Пер.с англ –Альпина Бизнес Букс. –М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – С.9

<sup>370</sup> Винокуров В. И. Основные термины и определения в сфере инноваций // Инновации. – 2005. – № 4. – С.6

является ее конкретно-исторический характер, выражающийся в том, что человеческая деятельность всегда протекает на базе созданных ранее объективных предпосылок и определенных общественных отношений. На наш взгляд, актуализация инновационной деятельности как особого вида деятельности обусловлена становлением и развитием институтов инновационной экономики и зависимостью этих институтов от результатов этой деятельности. Показательно, на наш взгляд, что термин «инновационная деятельность», призванный обозначить ее как особый вид деятельности, как отмечает Ю.А. Карпова, широко используется отечественными исследователями только начиная с 80-х гг XX в., то есть в период формирования инновационной экономики, и терминологии, описывающей протекающие в ней процессы.

Таким образом, инновационная деятельность является особым видом творческой деятельности, которая осуществляется в рамках производственных отношений, в процессе выполнения трудовых обязанностей, включена в организационные рамки производственных процессов, а ее результаты должны быть релевантны рыночным требованиям. Отождествление инновационной деятельности как с продуктивным трудом, так и с творчеством в чистом виде, а также утверждения о том, что инновационная деятельность сопровождает всю историю человечества, или о том, что инновационная деятельность является метадеятельностью, присутствующей в любом виде деятельности, не позволяют увидеть специфику инновационной деятельности, состоящую в ее экономической мотивации и рыночной релевантности.

## **5.2 Инновационная деятельность как фактор трансформации трудовых отношений<sup>371</sup>**

Усиление творческого компонента в производственной деятельности

---

<sup>371</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях:: Малахова Н. Н. Социально-философские аспекты трансформации трудовых отношений в инновационной экономике[Текст]/ Н.Н. Малахова.//Вестник Вятского государственного гуманитарного университета – 2015. – №4. –С. 32-38; Малахова Н.Н. Феномен творчества в инновационном обществе[Текст]/ Н.Н. Малахова.//Вестник Дагестанского государственного университета. – 2014. – выпуск 5. Экономика. Философия; Малахова Н.Н. Творческая личность и творческая деятельность в системе производственных отношений инновационной экономики [Текст]/ Н.Н. Малахова.// Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ. – 2014. – №2. С.235-243

рассматривается в качестве показателя гуманизации и социализации экономики, демонстрирует реализованную возможность сочетания объективных потребностей общества с интересами человека и развитием его творческой, созидательной активности. Творческая деятельность в процессе осуществления трудовых обязанностей считается способом самореализации работника и преодоления им отчуждения труда, характерного для трудовой деятельности в капиталистическом обществе. Все это позволяет исследователям оценивать усиление творческого компонента в производственном труде однозначно позитивно. Однако включение элементов творческой деятельности в трудовую деятельность в рамках производства как социального института, функционирующего в определенных организационных формах, обеспечивающих взаимодействие различных структур, созданных для удовлетворения тех или иных производственных и социальных потребностей, а также в формах, в рамках которых осуществляется управление и социальный контроль на производстве, существенно трансформирует и организационные формы, и отношения, возникающие в процессе труда. Процесс труда включает в себя два вида отношений: отношение человека к природе и общественный характер отношения людей друг к другу по поводу условий, процесса и результата трудового отношения к природе. Инновационная деятельность принципиально не изменяет отношение человека к природе, так как сохраняет творческий, преобразующий характер этого отношения и само отношение к природе как к источнику ресурсов для удовлетворения многообразных потребностей человека. Отмеченные нами изменения касаются второго вида отношений – отношений людей друг к другу по поводу условий, процесса и результата труда.

Прежде всего, способность к творчеству в целом и способность к инновационной деятельности, в частности, становятся общественным ожиданием по отношению к работнику независимо от его индивидуальных, субъективных качеств. Социальная роль работника, следовательно, начинает приобретать сущностные характеристики инновационной роли, которую по определению П. Штомпки, отличает встроенность в ее структуру predisпозиций и прерогатив для

проведения нормативных инноваций, независимо от того, кто конкретно исполняет эту роль<sup>372</sup>. Требуя от работника наличия и проявления творческих способностей, работодатель, во-первых, рассматривает наличие творческих способностей в качестве критерия оценки профессиональной состоятельности. Творческие способности, таким образом, можно рассматривать в качестве составляющей культурного капитала, а в тестировании уровня креативности работника перед его приемом на работу проявляется, на наш взгляд, процесс институционализации культурного капитала, выражающегося в творческих способностях. Как заметил П. Бурдьё, «Наделяя культурный капитал, которым обладает тот или иной агент, институциональным признанием, академическая квалификация также делает возможной сравнение квалификации его владельцев и даже их замены (последовательно замещая одного владельца другим). Более того, она позволяет установить пропорции обмена между культурным и экономическим капиталами посредством гарантирования денежной стоимости данного академического капитала<sup>373</sup>.

Во-вторых, работодатель со своей стороны стимулирует креативность работника всеми доступными способами, а также предоставляет возможности для раскрытия и реализации творческих способностей. Создается новая социальная среда «развития работника в труде», новое «качество трудовой жизни», которое, в свою очередь, предопределяет «социализацию труда» и «означает самостоятельное мышление и нестандартное творческое отношение к работе как критерий профессионального требования»<sup>374</sup>. Функция стимулирования творчества превращает институт производства в институт трансмутации, наряду с институтами науки и образования.

Поскольку количество креативных работников и их роль в системе общественного производства возрастают, некоторые исследователи считают возможным говорить о появлении нового общественного класса – «креативного

---

<sup>372</sup> Штомпка П. Социология. Анализ современного общества: Пер. с польск. С.М. Червонной. – М.: Логос, 2005. – С.540-541

<sup>373</sup> Бурдьё П. Формы капитала. URL: <http://gtmarket.ru>. (Дата обращения 23.07.2015)

<sup>374</sup> Мкртчян. Г., Чистяков И. Социальные аспекты рынка труда// Общество и экономика. – 1999. – №9. – С. 101.



класса». В частности Р.Флорида разработал теорию креативного класса, которую попытался изложить в опубликованной им в 2002 году книге «Восхождение креативного класса». Прежде чем проанализировать условия труда креативных/творческих сотрудников (и, как следствие, – отношения по поводу этих условий), позволим себе заметить, что, во-первых, теорию креативного класса трудно назвать теорией в подлинно научном смысле. Скорее это эмпирическое описание с полным отсутствием методологии и достаточно вольным употреблением терминологии. Кроме того, это описание процессов, происходящих в экономике США и справедливых, по нашему мнению, исключительно для экономики США, в которой, с одной стороны, перемещение индустриальных производств в страны с более дешевой рабочей силой и рост безработицы в аналогичных областях непосредственно в США, стимулирует увеличение числа людей, занятых в непроизводительном секторе экономики. Однако с другой стороны, прибыль, получаемая американскими ТНК, а также современное положение США в мировой экономической системе, позволяет оплачивать труд (на достаточно высоком уровне) всех категорий специалистов, относимых Р. Флоридой к креативному классу. Понятие класса в работе Р.Флориды не определено, а к выделяемому им «креативному классу» он относит всех работников, «производящих экономические ценности в процессе творческой деятельности». В результате в него входит множество работников интеллектуального труда, символических аналитиков, лиц свободных профессий и технических специалистов, а принципом объединения служит их реальная роль в экономике. Р. Флорида заявляет, что в его определении класса акцент ставится на способах самоорганизации людей в социальные группы, а также на общей идентичности, основанной преимущественно на их экономической функции. Социальные и культурные предпочтения, модели потребления и социальная идентичность зависят именно от последней. Здесь большое значение имеют напряженная работа, ответственные задачи и творческая стимуляция<sup>375</sup>. Таким образом, при выделении слоя креативных работников в качестве общественного

---

<sup>375</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI. – 2005. – С. 70, 81

класса, Р. Флорида акцентирует внимание не на содержании их деятельности, или на профессиональных качествах, а на идентичности и образе жизни, подчеркивая при этом модели потребления, характерные для различных групп креативного «класса». Следовательно, основой выделения выступают для Р. Флориды потребительские ценности и модели демонстрации статуса. Несмотря на очевидную ненаучность созданной Р. Флоридой теории, она стала чрезвычайно популярной в странах Запада. Так, понятие «креативный класс» с начала 2000-х годов не только постоянно фигурирует в описании структуры общества в развитых странах, но наличие такой социальной группы в других государствах стало считаться маркером их потенциального вхождения в клуб развитых экономик и даже шире – в клуб стран, освоивших постиндустриальные рецепты глобализации. Именно эту группу объявляют ответственной за рост и инновации в постиндустриальной экономике<sup>376</sup>.

Для нашего исследования существенно, что, по мнению Р. Флориды в США сегодня этот класс не только превосходит по численности рабочий класс (уступая, правда, при этом обслуживающему), но и, «благодаря своей решающей экономической роли, является наиболее влиятельным». Анализ особенностей занятости (например, режима работы) представителей «креативного класса», между тем демонстрирует, что, несмотря на усиливающееся, по мнению Р. Флориды, влияние креативных сотрудников как класса, в их положении можно найти и негативные моменты. Так, сам же Р. Флорида отмечает, что одной из определяющих характеристик занятости представителей креативного класса является самая длинная продолжительность рабочего дня. По оценкам Бюро трудовой статистики, рабочая неделя технических специалистов, менеджеров и лиц свободных профессий часто превышает 49 часов<sup>377</sup>.

С одной стороны, эта особенность объективно обусловлена природой творческого процесса, который отличается спонтанностью, импульсивностью, а значит, непредсказуемостью, в связи с чем он, как правило, не подчиняется

---

<sup>376</sup> Восканян М. Креативный класс еще одна маска неолиберализма// Однако. – 2014. – № 4–5.

<sup>377</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI. – 2005. – С.11, 127

временным ограничениям и не вписывается в рамки традиционного рабочего времени. Кроме того, творчество самодовлеющее, и завершение творческого процесса может прийти на время, когда работник уже покинул рабочее место. Эта особенность уже подмечена представителями современного менеджмента и используется ими в интересах предприятия. Так, менеджеры отмечают, что ценность «мозгового штурма», как техники стимулирования креативности, состоит в том, что интересные решения рождаются у его участников не только во время самого «мозгового штурма», но и после его окончания. Люди возвращаются с работы домой, а их мозг продолжает обрабатывать полученную информацию. Однако в таком случае работники придумывают идеи инновационных продуктов и технологий в свое свободное время, посвящая его не себе и своим близким, а организации, что, по сути, означает увеличение продолжительности рабочего дня. Другим примером применения подобной технологии увеличения продолжительности рабочего дня является призыв компании «Хьюлет-Паккард» (пионера Силиконовой долины), ко всем без исключения сотрудникам брать домой компьютеры, чтобы придумывать вместе со своими семьями новые решения<sup>378</sup>. Таким образом, компания не только увеличивает продолжительность рабочего дня штатных сотрудников, но и прибегает к неоплачиваемому труду членов их семей.

Еще одним проявлением расширения рабочего дня за счет латентного включения в его структуру части свободного времени, является самосовершенствование работников<sup>379</sup>, в процессе которого они стремятся повысить уровень своего образования, владения трудовыми навыками, развить собственную креативность и т.п. Причем все эти процедуры осуществляются не за счет средств компании, а за счет собственных средств работника. Так, нью-йоркские специалисты по новым СМИ тратят в среднем 13,5 часов в неделю (то есть треть от 40-часовой рабочей недели дополнительно) на приобретение новых

---

<sup>378</sup> Драйден Г. Революция в обучении: Пер с англ. – М.: ООО «Парвинэ», 2003. – С.353

<sup>379</sup> Кондрашов П. Глобализация и развитие индивида//Свободная мысль. – 2010. – №10 (1617). – С. 203

навыков, не получая за это денежной компенсации<sup>380</sup>.

В результате, по справедливому замечанию П. Кондрашова, «происходит то, о чем так мечтали классические капиталисты, – увеличить рабочий день работника до его физических пределов!»<sup>381</sup>. Необходимо заметить, что подобные технологии применялись в рамках капиталистического производства и раньше. Так, социолог Ч. Райт Миллс, анализируя особенности организации индустриального производства, утверждал, что в офисе человек деградирует быстрее, чем на заводе. Выходя за заводские ворота, рабочий мог оставить свою работу позади, а конторский служащий брал работу на дом и продавал душу мега-корпорациям<sup>382</sup>. Однако сегодня те же самые способы фактического усиления эксплуатации работника получают совершенно противоположную оценку в том числе и в глазах самого работника. Автор книги «Бобо в раю» Дэвид Брукс так описывает установки и ценностную мотивацию креативных работников, для обозначения которых он применяет сконструированный им термин, неологизм Бобо (bourgeois bohemian, богемная буржуазия). «Работники выстроенного бобо-мира одухотворенного капитализма далеки от передовиков и ударников. Они создатели. Они осваивают новые сферы, экспериментируют и мечтают. Их цель – обнаружить, а затем и превзойти предел своих возможностей. Личностный рост – вот необходимое условие, и смысловое ударение ставится на первое слово. Это вовсе не примитивный эгоизм, ведь речь идет не о шкурных интересах или бессмысленном накопительстве. Это эгоизм высшего порядка, когда основная цель – выжать из себя по максимуму. А для этого работа должна обогащать духовно, быть полезной для общества, расширять горизонты, держать в эмоциональном тонусе, повышать самооценку, ставить все новые задачи и вообще быть душеполезной и оправдывать потраченные на нее усилия и время. Еще важно учиться. И работать в не менее крутой компании, чем ты сам. Нужно найти учреждение, максимально соответствующее твоим творческим и духовным потребностям». Как иронизирует сам Д. Брукс, «работодатели смекнули, что

---

<sup>380</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI. – 2005. – С. 119

<sup>381</sup> Кондрашов П. Глобализация и развитие индивида // Свободная мысль. – 2010. – №10 (1617). – С. 202

<sup>382</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI. – 2005. – С. 66

«бобо» в лепешку расшибутся, если им объяснить, что трудятся они ради собственного духовного и интеллектуального роста»<sup>383</sup>. Происходит становление новой этики трудовой деятельности, уже получившей название экзистенциальной в противоположность прежней – «утилитарно-процедурной». Ее принципами выступают включение «иррациональных элементов, связанных с эмоциями, интуицией, подсознанием, спецификой восприятия, самоанализом, а также способностью человека к «преобразованию реальности»<sup>384</sup>.

Между тем работник, убежденный в том, что он, являясь творцом по своей природе, может и должен реализовывать свои творческие способности на рабочем месте, воспринимающий работу как средство самовыражения, призвание, предназначение и социальную миссию, начинает более усердно трудиться на благо компании и, по сути, представляет собой «золотую мечту» работодателя в современных условиях. Скорректировав его творческие устремления и направив их в нужное русло, работодатель может многократно увеличить свою прибыль, а главной наградой работника может оказаться только удовлетворение потребности в самореализации. При этом обещанная самореализация вряд ли возможна в подлинном смысле этого слова, поскольку творческая деятельность, а значит, и свобода творчества в рамках производственных процессов обусловлена, ограничена и подчинена задачам, стоящим перед предприятием. Как откровенно высказались отечественные авторы: «В бизнесе есть место для творчества, но оно не должно быть первичным, в бизнесе первична лишь прибыль, а творчество должно укладываться в жесткие рамки процесса ее достижения. Мы не отрицаем интуицию..., но чтобы избежать провала из-за чрезмерного полета фантазии создателей, мы должны четко обозначить рамки для творческого процесса»<sup>385</sup>.

Однако между природой творческой деятельности и условиями эффективной организации производства наблюдается явное противоречие. К особенностям протекания творческого процесса относят спонтанность,

---

<sup>383</sup> Брукс Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита. – М: Ад Маргинем Пресс, 2013. – С.131

<sup>384</sup> Вильховченко Э. Прогресс труда на современном этапе НТР (соотношение детерминизма технологического, организационного и социокультурного) (статья вторая)// Международные экономические отношения. – 1992. – №10. – С. 40.

<sup>385</sup> Тамберг В., Бадьин А. Бренд. Боевая машина бизнеса.URL: <http://www.olbuss.ru> (Дата обращения 18.04.2015)

импульсивность, во многом бессознательный характер, надситуативность, понимаемую как независимость от внешних факторов, отсутствие алгоритма действий. Подобные характеристики делают его непригодным для производственной деятельности, которая должна быть организованной, с прогнозируемыми результатами, поддаваться планированию и оценке с точки зрения экономической эффективности. С одной стороны, постоянная инновационная деятельность переводит современное предприятие в непредсказуемое, сложное состояние, трудно поддающееся планированию. С другой стороны, пока одним из условий эффективности производственного процесса будет координация деятельности большого количества людей и концентрация их усилий в определенном направлении, контроль и планирование будут жизненно необходимы, поскольку в случае недостаточного контроля организация погибнет из-за слабой концентрации усилий и низкой эффективности. Кроме того, инновационная деятельность в целом признается современными исследователями коллективным процессом. Как отметил Р. Флорида, «креативный процесс носит не только индивидуальный, но и общественный характер, поэтому без некоторых форм организации обойтись нельзя. Однако элементы организации могут парализовать креативность, что порой и происходит<sup>386</sup>. Необходимость создания организационных форм не препятствующих, а способствующих проявлению креативности приводит как к трансформации традиционных форм организации трудовой деятельности, так и к появлению принципиально новых форм.

Так, подчиняясь особенностям творческого процесса, график работы, режим труда, корпоративные нормы, форма одежды становятся более свободными. Получают широкое распространение гибкие, плюральные формы неполной занятости. Ослабляется жесткость временного присутствия, создаются рассредоточенные отделы, расширяются возможности перехода на домашнюю работу. Плюрализация рабочего времени и форм занятости объявляется

---

<sup>386</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI, 2005. – С.21

необходимым критерием развитого на инновационных технологиях общества<sup>387</sup>. Все эти изменения можно в целом обозначить как тенденцию к дестандартизации труда. У. Бек, осуществивший теоретическое исследование этого процесса, проницательно заметил, что дестандартизация труда проявляется в изменившемся соотношении труда и рабочего времени, а также в том, что «границы между работой и неработой становятся текучими»<sup>388</sup>. Ярким примером проявления этой тенденции в современной экономике является появление такой формы занятости креативных работников, как фрилансерство. Его отличительной особенностью выступает найм работника только для выполнения определённого перечня работ без заключения долговременного договора с работодателем. Вопросы организации рабочего места и времени в этом случае решаются самим работником. Как правило, популяризация этой формы занятости сопровождается описанием ее достоинств, таких как возможность самостоятельно планировать трудовой распорядок, отсутствие необходимости каждый день присутствовать в офисе (что отвечает интересам креативных сотрудников, позволяет учесть особенности протекания творческих процессов и повысить эффективность творческой деятельности), а также возможность неограниченного повышения уровня доходов и т.п. Кроме того, эту форму занятости выгодно отличает отсутствие необходимости быть вписанным в организационную структуру, а значит, необходимости подчиняться вышестоящему сотруднику. По мнению американского историка и литературоведа Пола Фасселла, одним из мотивов к занятиям творческой деятельности выступает именно нежелание быть подчиненным. В частности, он отмечает: «Молодые люди, стремящиеся в города, чтобы посвятить себя «искусству», «литературе», «творчеству» – фактически, чему угодно, что может избавить их от вышестоящих....». Если, как сказал Ч. Райт Миллс, представитель среднего класса – это «всегда чей-то подчиненный», то такой человек (занимающийся творческой деятельностью – прим. наше) не

---

<sup>387</sup> Хомутова Н.Н. «Креативность» и «творчество» личности в обществе инноваций // Вестник Волгоградского гос. ун-та. Сер. 7. Философия. – 2012. – № 3 (18). – С.94

<sup>388</sup> Бек У Общество риска. На пути к другому модерну. /Пер. с нем. В. Седельника и Н. Федоровой; Послесловие А. Филиппова. – М.: Прогресс - Традиция, 2000. – С.202.

принадлежит никому»<sup>389</sup>. Гибкость и инициативность креативных фрилансеров (в большей степени вынужденная) подается как пример динамически растущей экономики завтрашнего дня. «Земли и муниципалитеты признают возрастающее значение культурного и творческого предпринимательства» – можно прочесть на интернет-странице Федерального министерства экономики и сельского хозяйства Германии. Не только политики, но и предприниматели взирают заворочено на предполагаемую отрасль роста, состоящую, прежде всего, из фрилансеров, так называемых «самостоятельных» одиночек из людей искусства от текстовиков до дизайнеров и фотографов. Требуемая от них гибкость и собственная инициатива при этом постепенно всё больше представляется примером динамически растущей экономики завтрашнего дня<sup>390</sup>.

Однако необходимо отметить, что в первую очередь подобные формы организации трудовой деятельности и вытекающие из них отношения между работником и работодателем преследуют интересы не креативных работников, а интересы работодателя. Работодатель получает возможность в полной мере использовать творческий потенциал работника, при этом уменьшая степень своей ответственности и освобождаясь от всякого рода социальных обязательств перед ним. Автор книги о своей жизни креативной вольнонаёмной, немецкий фрилансер – К. Кульман констатирует тот факт, что фрилансеры соглашались на более низкие гонорары, чем их коллеги, и практически раздаривают свои идеи, права и патенты<sup>391</sup>. Так то, что получило название «трудовая модель будущего», обещавшая больше свободы, меньше иерархий и больше возможности самореализации, на самом деле не улучшает положение работника, а в социальном плане ухудшает его. В выигрыше в результате остается не работник, а работодатель, особенно в том случае, если в качестве работодателя выступает крупная корпорация. Некоторые особенности развития инновационной экономики, такие как культура предпринимательства, связанная с расцветом Силиконовой долины и появлением стартапов, сделали широко

---

<sup>389</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI, 2005. – С. 70

<sup>390</sup> Хольгер М. Тэйлоризм 3.0 URL: <http://liberadio.noblogs.org/> (Дата обращения 29.05.2015)

<sup>391</sup> Там же



распространенным мнением, что достаточно оригинальной идеи, чтобы в любом, и, что особенно важно, – в молодом возрасте создать собственную высокоприбыльную компанию. Небольшие высокотехнологичные компании отличаются динамизмом (а значит, более адаптированы к условиям инновационной экономики), им принадлежит будущее, а эпоха больших корпораций с громоздкими и забюрократизированными формами организации подошла к концу и корпорации утратили свою целесообразность. Как отмечает Р. Флорида, «классическая метафора здесь – неуклюжий динозавр, чье место захватили маленькие проворные млекопитающие. На этот раз узурпаторами считаются небольшие и динамичные новые высокотехнологичные компании».

Однако этот миф доказал свою несостоятельность. Согласно анализу, проведенному Беннетом Харрисоном на основании данных по США, Западной Европе и Японии, крупные корпорации продолжают концентрировать растущую долю капитала и рынков во всех ведущих экономиках. Мелкие и средние фирмы остаются по большей части под финансовым, коммерческим и технологическим контролем крупных корпораций. Кроме того, малые предприятия являются менее технологически развитыми и менее способны к технологической инновации в продукции и процессах, чем крупные фирмы<sup>392</sup>. Но, даже если малые предприятия достигают успеха в инновационной деятельности, они либо расширяются и, в конце концов, перестраиваются по традиционной корпоративной модели, либо приобретается уже существующей корпорацией, то есть перестает работать согласно своей первоначальной экономической и стилистической логике (в этом смысле креативный энтузиазм стартапов зачастую заранее предполагает будущую перспективу его последующей продажи и «корпоративной нормализации»). Таким образом, ТНК по-прежнему остаются ядром глобальной экономики, ресурсы которой находятся под их управлением и контролем. Количество ТНК от года к году только возрастает, также как растет уровень крупномасштабных слияний среди мегакорпораций.

---

<sup>392</sup> Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. URL: <http://www.buk.irk.ru/library/> (Дата обращения 04.05.2015)

По сути, современные корпорации в своей деятельности воплощают форму организации инновационной деятельности, предсказанную теоретиком инновационных процессов Й. Шумпетером. Анализируя особенность инновации, он отмечал, что «Инновация дает возможность новой фирме получать прибыли лишь некоторое время, в конце концов, она выбывает из конкуренции и приходит в упадок»<sup>393</sup>. Но есть и исключения – случаи гигантских компаний, которые являются каркасом для сменного персонала, который последовательно проводит инновации. Первыми такой способ организации инновационной деятельности опробовали в силу специфики своей деятельности и возможностей использования механизмов дигитализации IT компании. Так, концерн IBM разработал, впервые применил и продолжает массово применять технологию «Cloud working». Стремясь сделать свою организацию труда радикально гибкой, концерн ведет политику максимального сокращения основной команды сотрудников одновременно с применением механизмов гибкого рекрутирования остальных работников посредством виртуальной сети. Первоначально подобный метод, названный «cloudsourcing», применялся по отношению к потребителям продуктов с целью использования их отзывов о продукции, в качестве источника идей по усовершенствованию или созданию новых товаров. Сегодня этот метод используется для привлечения к решению определённых проблем или задач «тучи» или «роя» интернет-пользователей, уже в качестве внештатных сотрудников, и находит применение и в обычной организации труда на предприятиях. Механизмы дигитализации, широко используемые в современном обществе, только способствуют применению «cloudsourcing», а в нашем случае «Cloud working» к принципам организации трудовой деятельности.

Принципы организации традиционной занятости с постоянным рабочим местом, также изменяются. Как отмечает профессор Центра глобального лидерства международной школы бизнеса INSEAD С. В. Шекшня, революционные перемены во внешней среде не оставили неизменными

---

<sup>393</sup> Шумпетер Й. Бизнес-циклы: теоретический, исторический и статистический анализ капиталистического процесса. В 2-х т. Schumpeter Josef Alois. Business Cycles: a Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process. – N Y, 1939. – P.69

организации. На смену старым отжившим формам приходят организации нового типа – гибкие, быстрые, основанные на информации и знаниях. Такие организации по-новому строят свои отношения с сотрудниками. В условиях постоянно ускоряющихся перемен работодатели вынуждены отказаться от традиционного контракта, согласно которому в обмен на лояльность к организации и готовность выполнять инструкции сотрудник получал гарантию занятости и материального благополучия. В результате появляется новый тип организационного контракта, напоминающий коммерческое партнерство, где стороны обязуются сотрудничать до тех пор, пока это выгодно каждой из них. Причем сотрудничать с максимальной отдачей, в виде творчества со стороны сотрудника и предоставления возможности для этого творчества, приобретения знаний, карьерного роста – со стороны организации. Изменения в управлении людьми характеризуются заменой административных методов экономическими, рыночными. Но более жесткая форма отношений не означает ущемления прав или снижения статуса сотрудников, многие из которых сегодня гораздо более независимы от работодателя, чем полвека назад, поскольку сами располагают всеми ключевыми для современного общества средствами производства – знаниями и способами их передачи<sup>394</sup>.

В долгосрочной перспективе, утверждает Чарльз Хэнди, основной задачей компании вообще будет не предоставление людям работы, как это было раньше, а их организация. При этом он же отмечает и огромную разницу между работодателем и организатором, так как организатор предлагает не работу, а возможности, пространство для творчества. Он может взять идею, определить, какие требуются для ее осуществления ресурсы, а затем привлечь эти ресурсы. Организатор, у которого есть вдохновение, в один день может мобилизовать армии «интеллектуальных наемников» для решения какой-нибудь специфической задачи. В организационной парадигме ничто не принимается за данность. Цели и задачи могут меняться. Это временный, непостоянный, высокопотенциальный

---

<sup>394</sup> Цит. по: Шекшня С.В. Управление персоналом современной организации. Учебно-практическое пособие. Изд. 5-е, перераб. и доп.». – М.: Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2002

сплав людей и идей. Риск, динамика и постоянное созидание – движущие силы организации. Лидеры должны создавать силовые поля, магниты, которые притягивали бы таланты, а не просто служащих, стремящихся занять рабочие места<sup>395</sup>. Эти принципы организации находят отражение в новой теории инновационного менеджмента, которая в отличие от старой, классической (Ф. Тейлор, Г. Эмерсон), делает упор не на организацию устойчивых форм труда, а на успех деятельности в быстро меняющейся ситуации<sup>396</sup>.

Действительно, сегодня корпорации гораздо в меньшей степени культивируют своих сотрудников, а последние намного чаще меняют места работы. В общественном сознании утверждается мысль о том, что частая смена работы – это нормальное явление в условиях быстрых перемен и неопределенности, порождаемых инновационной экономикой, более того, это даже привилегия определенного слоя работников. Как пишет Д. Брукс, характеризуя отношения Бобо к работе, «если же работа наскучила или ограничивает их рост, они просто делают ручкой. И это важная привилегия – иметь возможность отправиться на поиски нового места при первых признаках рутины». Так же усиленно насаждаются в общественном сознании представления об отсутствии социальных гарантий как о позитивном явлении, равно как и отношение к материальному вознаграждению как к чему-то незначительному. Так, в работах, посвященных современным принципам организации труда, можно встретить такие высказывания: «Деньги всегда были недостаточным средством мотивации для творческого человека. Ему необходимы внутренние стимулы, связанные с креативной составляющей его деятельности. Для лучших деньги не могут служить главным стимулом, деньги – всего лишь средство измерения успеха. Лучших специалистов в любой области мотивирует энтузиазм. Понятие «пенсия» имеет смысл только для тех, кто работает по найму или для «рабов

---

<sup>395</sup> Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта./ К. Нордстрем, Й. Риддерстрале – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2003. – С.208.

<sup>396</sup> Шевченко В.С. Инновационная личность как социальный тип // Научные ведомости Белгородского государственного университета. серия: Философия. Социология. Право. – 2010. – Т.2. – №11. – С.38

зарплаты», которые терпеть не могут свою профессиональную деятельность»<sup>397</sup>.

Таким образом, можно отметить некоторую амбивалентность в отношениях работника и работодателя. Формы «максимальной отдачи» со стороны организации эволюционируют в сторону нематериальных форм поощрения, отсутствия ответственности и социальных гарантий. В то же время корпорации стремятся привлечь креативных сотрудников для того, чтобы конвертировать результаты их творческой активности во вполне материальную прибыль.

Применение этих новых принципов организации производства и связанных с ней форм и технологий организации занятости, в свою очередь, как и в случае с фрилансерством и «Cloud working», позволяют использовать творческий потенциал сотрудников, избегая проблемных моментов в организации их деятельности, и прекращать с ними отношения, как только они перестают быть полезными, не встречая возражения со стороны самих работников. «Мы признали как факт, что ни корпорация, ни какая-либо еще крупная организация не возьмет на себя ответственность за наши проблемы – иначе говоря, мы целиком предоставлены самим себе. Людям, потерявшим работу, в наше время даже в голову не приходит протестовать», – писала газета New York Times в августе 2001 года<sup>398</sup>. При этом достигаемая за счет применения описанных выше механизмов децентрализация организации труда креативного класса способствует усилению его разобщенности, ибо индивидуализированные и пространственно разрозненные работники уже считаются практически неорганизуемыми<sup>399</sup>. В этих условиях креативный класс не сможет защищать свои интересы, а значит, его социально-экономическое положение будет ухудшаться вопреки оптимистичным прогнозам. Таким образом, в реальности новые формы организации труда ведут не к улучшению, а к ухудшению положения креативных сотрудников. Между тем французский социолог А. Турен предсказал эту ситуацию, предположив, что хотя технологические и экономические изменения, приписываемые постиндустриальному обществу, приведут к возникновению нового класса,

---

<sup>397</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI, 2005. – С.89,90, 70

<sup>398</sup> Там же. С.138

<sup>399</sup> Хольгер М. Тэйлоризм 3.0.URL: <http://liberadio.noblogs.org/>(Дата обращения 04.05.2015)

однако положение этого класса неизбежно будет ухудшаться. По мере применения механизмов капиталистического индустриализма статус «нового рабочего класса» интеллектуалов и технических специалистов в обществе будет понижаться (подобно положению рабочего класса во времена Маркса), привнося революционный компонент в политику<sup>400</sup>.

Таким образом, за обращением к потенциалу человеческой креативности скрываются, как справедливо заметил И.А. Калинин, все более асимметричные отношения между работниками и работодателями, все более несбалансированный характер рынка труда, все более растущий уровень безработицы, все более увеличивающаяся дистанция между благополучными и неблагополучными городскими районами и городами. На смену стереотипным маскам капитала – суровый облик пролетария, унылая фигура безработного, сосредоточенное выражение на лице офисного работника, самодовольный вид босса – приходит новое амплуа, которое должно отменить различия между этими привычными в прошлом ролями. Пролетарии и безработные, менеджеры и бизнесмены всех стран объединяются в жизнерадостной фигуре креативного предпринимателя. Противоречия между трудом и капиталом снимаются, эксплуатация реализуется в работе с собственным креативным потенциалом, ненормированный рабочий день чувствуется как модный стиль жизни, социальное напряжение взрывается всеобщим творческим весельем<sup>401</sup>.

Нельзя не упомянуть и об отношении работодателей и всего общества в целом к работникам, не отличающимся высоким уровнем развития творческих способностей. С точки зрения «певца креативного класса» Р.Флориды они не играют никакой положительной роли и представляют собой люмпенские классы работников сферы услуг и физического труда, чей удел – довольствоваться лекциями по творческой самораскрутке (*bootstrapping*) и прислуживать креативной богеме за столом<sup>402</sup>.

Между тем включение элементов творческой деятельности в трудовую

---

<sup>400</sup> Постиндустриализм. Опыт критического анализа. Монография. – М.: Научный эксперт, 2012. – С.44

<sup>401</sup> Цит. по Калинин И.А. Индустриальный горизонт креативных индустрий//Неприкосновенный запас. – №92. – (6)

<sup>402</sup> Пек Дж. Укол креативности//Неприкосновенный запас. – 2013. – № 6 (92)

деятельность в рамках производственных процессов позволяет не только создать гибкую, не обеспечивающую социальной защиты и равенства экономику, но и снять одно из противоречий, свойственных современному капитализму. Д. Белл отмечает, что культурным противоречием современного капитализма является гедонизм. «С одной стороны, руководство предприятия требует, чтобы индивид трудился до усталости, свыкался с мыслью о более позднем вознаграждении и компенсации, словом, чтобы он был винтиком машины. С другой стороны, руководство предприятия поощряет наслаждения, расслабленность, распушенность, (именно гедонизм лежит в основе безудержного потребления необходимого для функционирования и развития инновационной экономики – прим. наше). Выходит, нужно быть сознательным трудягой днем и прожигателем жизни ночью. По мнению Д.Белла, эта напряженность, по крайней мере, в обозримом будущем, едва ли ощутимо ослабнет, независимо от появления многочисленных и гибких механизмов персонализации. Умеренность имеет здесь объективный предел: работа всегда требует усилий; условия, в которых она совершается, в отличие от развлечений остаются жесткими, безличными и авторитарными. Чем больше у нас появляется свободного времени, персонализации, тем больше вероятность того, что работа покажется нам скучной, бессмысленной, похитившей у нас кусок личной жизни. Свободный график работы, надомный труд – все это, вопреки оптимизму тех, кто верит в «третью волну», не слишком изменит характер нашего существования. Когда речь идет о работе, которая в тягость, повторяющейся изо дня в день, монотонной, которая противоречит нашему желанию совершенствоваться до бесконечности, стремлению к свободе и досугу, именно сосуществование противоположностей, нарушение стабильности, разлад – вот что становится характерной чертой нашего времени<sup>403</sup>. Однако предоставив возможности самореализации в рамках трудовой деятельности, встроив понятие развития, интенции творчества и социального конструирования в свои схемы (творец свободен и гедонистичен), капитализм, на

---

<sup>403</sup> Липовецки Ж. Эра пустоты эссе о современном индивидуализме. перевод с французского В.В.Кузнецова. – СПб.: Издательство «Владимир Даль», 2001. – С.186-187

наш взгляд, это противоречие снял.

Необходимо отметить, что Р. Флорида описывал особенности определенного слоя работников, которых он назвал «креативным классом», а И.А. Калинин – особенности функционирования креативных индустрий. Однако мы полагаем, что поскольку в инновационной экономике креативность становится востребованной в массовом порядке, описанные нами формы организации и технологии усиления эксплуатации сотрудников будут получать все более широкое распространение. Этому будет способствовать особое отношение к творчеству, которое будет рассмотрено в следующем параграфе.

Таким образом, инновационная деятельность превращает творческие способности работника в культурный капитал, влияет на изменение социальной роли работника, трансформирует систему социально-трудовых отношений в направлении утилизации творческого потенциала человека через его подчинение капиталу, создает новые формы занятости, позволяющие работодателю максимально использовать творческий потенциал работника при минимуме социальных гарантий со своей стороны.

Являясь, с одной стороны, структурным элементом инновационной культуры, а, с другой стороны, реализацией инновационной культуры в трудовой деятельности, инновационная деятельность превращает институт производства, наряду с наукой и образованием в институт трансмутации, с одной стороны, как институт, стимулирующий творчество (работников), а с другой стороны, – транслирующий новое знание и тиражирующий его в инновационной продукции и технологиях.

### **5.3 Творчество в процессах капитализации и технологизации<sup>404</sup>**

Рассмотрение творчества как вида деятельности, в котором реализует себя

---

<sup>404</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях: Малахова Н.Н. Феномен творчества в инновационном обществе[Текст]/ Н.Н. Малахова.//Вестник Дагестанского государственного университета. – 2014. – выпуск 5. Экономика. Философия; Малахова Н. Н. Социально-философские аспекты трансформации трудовых отношений в инновационной экономике[Текст]/ Н.Н. Малахова.//Вестник Вятского государственного гуманитарного университета – 2015. – №4. –С. 32-38; Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. Изд. 2-е, доп. и перераб. – Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. – 244с.



инновационная культура, фундируется следующими положениями. Во-первых, в инновационной экономике творчество становится необходимым спутником материального производства, а творческая активность рассматривается как основа инновационной деятельности. Во-вторых, «культура создает предпосылки, на которые опирается творческая личность в поиске новых путей мышления, и тем самым программирует – хотя и далеко не однозначно, – творческую деятельность»<sup>405</sup>. «Как бы ни было индивидуально творчество, за ним постоянно скрывается социальный коэффициент», – заметил французский философ и психолог Т. Рибо более чем 100 лет назад<sup>406</sup>. Включение творчества в производственные процессы в формате инновационной экономики приводит к тому, что именно инновационная культура создает как стимулы к творчеству, так и определяет программы и способы поиска и создания нового, реализуемые в процессе творческой деятельности.

Выступая одним из феноменов человеческого бытия, творчество до сих пор является трудноопределимым феноменом. Психофизиологи склонны рассматривать творчество как разновидность активности, ориентированной на изменение проблемной ситуации или на перемены в самом субъекте, взаимодействующем с ней. Традиционное, общеупотребительное понятие творчества гласит: «Творчество – создание новых по замыслу культурных и материальных ценностей»<sup>407</sup>. Можно привести и более развернутое определение: «Творчество – это духовная деятельность, результатом которой является создание оригинальных ценностей, установление новых, ранее неизвестных фактов, свойств и закономерностей материального мира и духовной культуры»<sup>408</sup>. Таким образом, сущность творчества определяется по его результату, когда творчеством признается все, что приводит к созданию нового. Однако Я.Г. Шемякин обращает внимание на то, что феномен творчества как деятельности, сводимой к созиданию

---

<sup>405</sup>Кармин А.С. Творчество как фердипюкс// Фундаментальные проблемы культурологии: том V:Теория и методология современной культурологии /Отв. Редактор Д. Л. Спивак. – М., СПб.: Новый хронограф, Эйдос, 2009. – С.131

<sup>406</sup>Рибо Т. Опыт исследования творческого воображения. – СПб.: Типография Ю. Н. Эрлихъ, 1901. – С.102

<sup>407</sup> Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка. – М.: Азъ, 1992. –С.819

<sup>408</sup> Спиркин А. Г. Сознание и самосознание. – М.: Политиздат, 1972. – С.193

чего-то качественно нового, – это чисто европейский взгляд на мир, равно как и установка видеть в творчестве высшую жизненную ценность (успешно эксплуатируемая, как было показано в предыдущем параграфе, в рамках производственных отношений и способствующая фактическому усилению эксплуатации работников). Эта установка появилась в западной культуре лишь с эпохи Возрождения, и характерна главным образом для городской культуры<sup>409</sup>. Соответственно, и установка на всемерное поощрение индивидуальной творческой активности отдельного человека характерна лишь для цивилизации Запада в Новое время. Для цивилизаций Востока, доколумбовой Америки, для архаических культур «доосевой», мифологической эры (по К. Ясперсу) характерно иное по сравнению с западным понимание творчества, согласно которому, творческие усилия направлены не на создание новых культурных форм, а на интерпретацию уже существующих<sup>410</sup>. Трактовка культурной традиции как творчества разрабатывалась и в трудах западных мыслителей (например, в современной герменевтике и, особенно, в трудах Х.Г. Гадамера), однако широкого распространения не получила.

В соответствии с выделенными разновидностями творчества, Шемякин выделяет и два типа творческой личности: новатор, творец новых форм, и интерпретатор, функцией которого является трактовка и воспроизводство наличествующей традиции. Однако, он же подчеркивает, что в чистом виде новаторский и интерпретаторский типы не встречаются в виду двойственности самого акта создания нового, поскольку « невозможно создать нечто, доселе невиданное, не переосмыслив, не истолковав имеющийся культурный опыт, также как нельзя сохранить жизнеспособной традицию, не введя в соответствующий культурный круг элементы нового опыта в соответствии с

---

<sup>409</sup> Кармин А.С. Творчество как фердипюкс// Фундаментальные проблемы культурологии: том V: Теория и методология современной культурологии/Отв. Редактор Д.Л.Спивак. – М., СПб.: Новый хронограф, Эйдос 2009. С.122

<sup>410</sup> Шемякин Я.Г. Личностный уровень межкультурного взаимодействия и типы творческой личности в Латинской Америке//Iberica Americans. Тип творческой личности в латиноамериканской культуре. – М.: Наследие, 1997. – С.19

меняющейся ситуацией<sup>411</sup>.

На наш взгляд, здесь просматривается параллель между функциями институтов трансляции и трансмутации, выделенных М.К. Петровым, и функциями новатора. Только функции, закрепленные М.К. Петровым за социальными институтами, переносятся на личностный уровень человека как агента социальных изменений.

Вопросы об источниках, природе творческой активности также остаются спорными. В психологии творчество традиционно рассматривается как одна из наиболее естественных форм реализации человеком потребности в поиске и новизне, которую И.П. Павлов причислял числу биологических, в то же время подчеркивая ее принципиальное отличие от других витальных потребностей, состоящее в том, что она практически не насыщаема<sup>412</sup>. Между тем авторы Философского словаря источником творчества определяют трудовую деятельность человека, а это значит, что творчество выступает формой удовлетворения социальной потребности.

Так же неоднозначны подходы и к оценке результатов творческой деятельности. Во всех определениях творчества в качестве его сущностной характеристики подчеркивается (качественная) новизна результата. Однако возникает ряд вопросов: каковы критерии оценки новизны, должно ли новое как целое базироваться только на оригинальных идеях и состоять только из новых элементов. Ведь в качестве нового может выступать и новое соединение известных элементов, ранее в таком сочетании не встречавшееся (это сущностная характеристика так называемых комбинаторных инноваций, одним из примеров которых выступает троллейбус, как сочетание элементов трамвая и автобуса). Кроме того, новое может быть порождено существенным усовершенствованием старого. Проблемность в определении качества новизны как характеристики результатов творческой деятельности имеет своим следствием выделение таких ее

---

<sup>411</sup> Шемякин Я.Г. Личностный уровень межкультурного взаимодействия и типы творческой личности в Латинской Америке//Iberica Americans. Тип творческой личности в латиноамериканской культуре. – М.: Наследие, 1997. – С.20

<sup>412</sup> Цит. по Савенков А.И Психология детской одаренности. – М.: Генезис, 2010. – 440с.

видов как объективная и субъективная новизна, на что обращает внимание, например, А.С. Кармин<sup>413</sup>. Объективная новизна предполагает, что результат является новым для человечества, что он получен впервые в истории общества. Субъективная новизна имеет индивидуально-психологический характер: полученный субъектом результат нов для него, но на самом деле повторяет уже известное другим<sup>414</sup>.

Еще одной характеристикой творчества является его индивидуальная и социальная значимость, где индивидуальная значимость является показателем ценности результата творческой деятельности для того, кто его создал, а социальная значимость, соответственно, отражает реальное значение результата творческого труда для общества в целом. Как справедливо замечает А.С. Кармин, между новизной и социальной значимостью существует сложная и противоречивая связь. Новый результат, как правило, не имеет еще социальной значимости: требуется время, чтобы его значение выявилось. Напротив, социально значимый результат – это результат, уже получивший общественное признание, и, следовательно, переставший быть новым. Таким образом, новизна и значимость – противоположности: новое еще не значимо, а значимое еще не ново!<sup>415</sup>

Проанализировав основные подходы к осмыслению творческой деятельности в соответствии с ее востребованностью в экономических процессах производства инновационной продукции, мы смогли выделить следующие изменения, которые претерпевает феномен творчества, реализуясь как одна из форм бытия инновационной культуры.

Во-первых, меняется терминология, используемая при описании творческих процессов, и термин творчество (в русском языке) заменяется термином креативность. На наш взгляд, это обусловлено изменением смыслового наполнения термина. Так, к характеристикам творческой деятельности как

---

<sup>413</sup>Кармин А.С. Творчество как фердипюкс// Фундаментальные проблемы культурологии: том V:Теория и методология современной культурологии/Отв. Редактор Д.Л.Спивак. – М., СПб.: Новый хронограф, Эйдос, 2009. – С.122

<sup>414</sup> Там же

<sup>415</sup> Пигров К. Социально-философские проблемы творчества. – Л,1982. – С.15

процесса относят спонтанность, импульсивность, во многом бессознательный характер, отсутствие алгоритма действий, а также его надситуативность. В традиционном понимании, как отмечает В.Н. Дружинин, творчество бескорыстно, самодовлеюще, спонтанно, непланируемо, нецелесообразно, произвольно, иррационально и не поддается (в момент творческого акта) регуляции со стороны сознания<sup>416</sup>. Он же обращает наше внимание на то, что творчество, в отличие от различных форм адаптивного поведения, происходит не по принципам «потому что» или «для того чтобы», а «несмотря ни на что», то есть творческий процесс является реальностью, спонтанно возникающей и завершающейся<sup>417</sup>. Однако, подобные характеристики творческого процесса делают его непригодным для производственной деятельности, которая должна быть организованной, с прогнозируемыми результатами, поддаваться планированию и оценке с точки зрения экономической эффективности. Чтобы сделать производственную деятельность более эффективной, творческая активность работников должна подчиняться необходимости производственных процессов, быть регулярной, систематической, целенаправленной, в связи с чем происходит изменение сущностных характеристик творчества. Это, в свою очередь, делает употребление прежнего понятия проблематичным, в связи с чем можно отметить использование в русском языке специальных терминов для обозначения такого вида творческой деятельности, чьи продукты можно оценить с позиций прагматизма и утилитаризма. Так, романтические термины «творец», творчество «творческая личность», заменяются терминами крейтор, креативность, креативщик. По сути креативность (от лат. creatio – созидание) – латинский термин, который переводится как «творчество» или «сотворение из ничего» и в этом случае креативность является синонимом понятия творчество. Однако, впервые использовавший понятие «креативность» Д. Симпсон, этим термином обозначил способность человека отказываться от стереотипных способов мышления. Используемое в психологических исследованиях, понятие креативность, также

---

<sup>416</sup> Дружинин В.Н. Психология общих способностей – СПб.: Питер, 1999. – С.161, 166

<sup>417</sup> Там же. С.159

обозначает способность человека порождать необычные идеи, находить оригинальные решения, отклоняться от традиционных схем мышления<sup>418</sup>. Таким образом, можно заметить, что творчество понимается как процесс, а креативность как присущая человеку способность осуществлять этот процесс и в этом случае эти термины различны по значению. С другой стороны, поскольку креативность до сих пор так и не имеет однозначного определения, зачастую она продолжает восприниматься как синоним творчества. Однако, и в этом случае в русскоязычных исследованиях можно отметить, что термины творчество и креативность употребляются в различных значениях, а именно когда авторы хотят подчеркнуть специфику и цель создания нового, качественное отличие процесса творчества от процесса креативности. В.С. Шевченко, обращая внимание на тот факт, что в настоящее время в практике обучения делается именно упор на креативность личности, замечает, что «это несколько другое, чем сложившееся в методологии науки понимание творчества, которое приобрело в ней в основном теоретико-познавательный, когнитивный аспект анализа. Открытие нового, до сих пор неизвестного, рассматривается именно как новый шаг в познании истины. Замена творчества на креативность в большинстве работ по творчеству не дала много нового для понимания этого феномена<sup>419</sup>. Однако нам замена одного термина на другой не представляется простым использованием «кальки» слова творчество с английского языка. Как справедливо отметил Б. Кагарлицкий, «хотя слово creative в русском языке давно уже переводится как «творческое», новый термин явно означает что-то другое. Язык вводит новые слова лишь при появлении новых жизненных явлений и понятий. В данном случае «креативность» скорее ближе к изобретательности, не имея ничего общего ни с изобретательством, ни с творчеством»<sup>420</sup>. Этой же позиции придерживаются и другие исследователи, отмечающие изменение смыслового наполнения понятия творчество при замене его на креативность. Так, В. А. Фортунатова обращает

---

<sup>418</sup> Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2009. – С.156,157

<sup>419</sup> Шевченко В.С. Инновационная личность как социальный тип // Научные ведомости Белгородского государственного университета. серия: Философия. Социология. Право. –2010. – Т.2. –№11. – С.41

<sup>420</sup> Кагарлицкий Б. Загадка креативного класса// <http://alternatio.org/>

наше внимание на то, что «Творчество оказалось вытеснено креативностью, то есть перекомбинацией известных идей, хрестоматийных образов, фальсифицирующей актуализацией старых смыслов»<sup>421</sup>. Аналогичное определение мы находим у Э. Тоффлера «...креативность подразумевает неожиданное сопоставление фактов, идей, или открытий, ранее считавшихся несвязанными между собой...»<sup>422</sup>. По мнению О.Д. Никитина, главной составляющей креативного процесса становится прагматический элемент, то есть изначальное понимание, зачем нужно что-то создавать, для кого нужно что-то создавать, как нужно что-то создавать и, собственно, что именно нужно создавать<sup>423</sup>. Согласно другим исследователям, в современном обществе понятием креативность обозначают технологический элемент творчества<sup>424</sup>. Таким образом, понятие «креативность», заменяющее в некоторых случаях понятие «творчество», фиксирует именно ту разновидность творчества, которая нужна инновационной экономике – целенаправленное, рационализированное творчество, чьи продукты можно и нужно оценивать с точки зрения экономической эффективности и рыночной востребованности. Подтверждением этому служит появление и интенсивное развитие так называемого экономического подхода к изучению креативности. В рамках этого подхода внимание исследователей акцентируется на социально-экономических, прагматических, технологических и прикладных сторонах творчества. Одной из наиболее известных теорий в рамках этого направления является теория инвестирования Р. Стернберга и Т. Любарта, в соответствии с которой творческим считается тот человек, который хочет «купить» идеи дешевле и «продать» их дороже. «Покупка» идеи означает поиск тех решений и предложений, которые были до сих пор неизвестны или непопулярны, но обладающих большим потенциалом<sup>425</sup>.

---

<sup>421</sup>Фортунатова В.А. Персонализм в системе базовых компонентов культурологии//Фундаментальные проблемы культурологии: том V:Теория и методология современной культурологии/отв. редактор Д.Л. Спивак. – М., СПб.: Новый хронограф, Эйдос, 2009. – С.31

<sup>422</sup>Тоффлер Э. Революционное богатство. –М.: АСТ, 2008. – С.217

<sup>423</sup>Никитин О. Д. Развитие креативности как основа профессиональной подготовки студентов педагогических вузов : дисс.... кандидата педагогических наук. URL: <http://www.dslib.net/>(Дата обращения 03.04.2015)

<sup>424</sup>Мажерина Е. Э. Место творчества и креатива в дизайне современного рекламного плаката// Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 802-806

<sup>425</sup>Дружинин В.Н. Психология общих способностей. – СПб.: Питер,1999. –С.196

Подробно отличия в понимании творчества и креативности можно рассмотреть, сопоставив характеристики креативности, выделенные американским экспертом по креативным индустриям Дж. Хоукинсом. Он определяет креативность как «способность производить нечто новое, то есть способность одного или нескольких человек производить идеи и изобретения, которые являются персональными, оригинальными и значимыми»<sup>426</sup>. «Персональность» предполагает, что продукт произведен определенным индивидом и несет на себе отпечаток личностных характеристик творца. «Оригинальность», в отличие от новизны, согласно Хоукинсу, воплощается в уникальности идеи или услуги. Эта характеристика результата творческой деятельности, как можно отметить, позволяет Дж. Хоукинсу избежать вопроса о том, что лежит в основе уникальности – принципиальная новизна или комбинация ранее уже использовавшихся элементов. «Значимость» обусловлена неповторимой личностной артикуляцией и интерпретацией идеи, дальнейшим воплощением ее в продукте. Таким образом, Хоукинс делает акцент на индивидуальной значимости изобретения, при этом подчеркивая, что значения производимых благ меняются в процессе того, как мы движемся от личности, сотворившей продукт, к воспроизводящей и тиражирующей его индустрии (и тем самым демонстрируя связь индивидуальной и социальной значимости, которую А.С. Кармин принципиально разделяет). Сопоставляя креативность, понимаемую им, как видно из контекста, как способность к творчеству и инновации, Дж. Хоукинс подчеркивает в своих работах, что креативность и инновации – различные феномены. «Креативность предполагает нелинейный и часто иллогический личный опыт. Инновация – это высчитанное новшество»<sup>427</sup>. Однако можно заметить, что в современных методиках творческая деятельность приобретает черты инновационной деятельности (понимаемой по Хоукинсу).

Следующим из отмеченных нами изменений, является изменение такой характеристики творческого процесса, как его неалгоритмизированность. В связи

---

<sup>426</sup> Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. – L.: Penguin Books, 2007. – P. IX.

<sup>427</sup> Howkins J. *The Mayor's Commission on the Creative Industries // Creative Industries / Ed. by J. Hartley*. Malden: Blackwell Publ., 2008. – P. 123.



с тем, что инновационный процесс, как любой из производственных процессов, чтобы быть успешным должен быть поставлен на рациональную основу, оптимизирован и управляем, такие характеристики как иррациональность, бессознательность, спонтанность, надситуативность, то есть независимость от внешних факторов уходят из содержания творческих процессов. Процедура создания нового объявляется управляемым и систематизированным процессом. Так, по мнению автора книги «Алхимия инноваций» А. Баркера, чтобы быть эффективным, творческое, инновационное мышление должно быть поставлено на службу четко определенной цели, и работать по четко установленным правилам<sup>428</sup>. Отношение к творческому компоненту инновационной деятельности может быть выражено следующими словами. Инновация – это не идея, которая витает в воздухе. Безусловно, существуют нововведения, которые являются результатом «озарения». Но, как правило, они характеризуются бессистемностью и неорганизованностью, они не поддаются изучению и поэтому они не могут быть воспроизведены, им нельзя обучить. Кроме того, такие «озарения», тем более если они гениальны, как правило, очень редки, и все они остаются лишь идеями, которые нельзя превратить в конкретную инновацию. Но в современном мире роль инноваций настолько велика, что было бы неразумно и непрактично полагаться только на гениальные озарения отдельных творческих личностей. Сегодня новаторская работа рассматривается как организованная деятельность, а инновация рассматривается как процесс, которым обязательно нужно управлять.

Естественным и логическим продолжением такого отношения к творчеству выступает разработка многочисленных методик стимулирования творческой активности и развития творческих способностей. Эти методики публикуются в соответствующих пособиях, которые расходятся большими тиражами. Первая из методик, которую также называют отцом всех приемов творческой деятельности, была создана Алексом Осборном в 1953г. и названа «мозговым штурмом» (он же мозговая атака, он же брэйнсторминг). Многообразие разработанных к сегодняшнему дню методик уже позволяет осуществить их систематизацию и

---

<sup>428</sup> Баркер А. Алхимия инноваций. Пер.с англ.А.Р.Ханукаева. – М.: Вершина, 2003.

выделить три основных вида техник развития креативности: интуитивные техники, дискурсивные и комбинированные, сочетающие интуитивные и дискурсивные элементы. Цель интуитивных техник – в течение короткого времени генерировать как можно большее количество разнообразных идей и ассоциаций, которые будут упорядочены и проанализированы позже. К интуитивным техникам относятся мозговой штурм со своими разновидностями<sup>429</sup>, метод бисоциаций, синектика, бионика, метод кластеров и другие. Особенностью дискурсивных техник выступает получение новых знаний и идей при помощи логически прогрессивного мышления, от понятия к понятию. К такого рода техникам относятся морфологический анализ или морфологическая матрица, прогрессивная абстракция, анализ дерева релевантности, причинно-следственная диаграмма и др.<sup>430</sup>. И, наконец, комбинированные техники соединяют этапы интуитивного сбора идей с этапами логически-структурированного мышления. К ним относятся ТРИЗ, метод шести шляп мышления Э. де Боно, метод Уолта Диснея.

Некоторые из методик создания нового вообще не имеют ничего общего с творчеством в его привычном понимании, поскольку основаны на сознательном и местами механическом подборе новых вариантов (комбинаций), ранее не реализовавшихся. Так, морфологический анализ как техника творчества, созданный в 40-х годах XX века швейцарским астрономом и астрофизиком Фрицем Цвики, состоит в создании сетки или матрицы из трех или более переменных (это могут быть производственные процессы, сырье, рынки и т.п.) и изучении всех комбинаций. Среди множества получившихся комбинаций, некоторые окажутся уже существующими продуктами, а вот другие могут предложить новые идеи: либо еще не существующий продукт, либо процесс, либо рынок. Создать новый продукт, таким образом, действительно сможет любой человек, а еще эффективней это проделает компьютер. Среди других техник такого рода можно назвать анализ дерева релевантности, суть которого состоит в

---

<sup>429</sup> Подробно см. Бос. Э Как развивать креативность. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008

<sup>430</sup> Там же

разложении сложной проблемы на отдельные элементы, для уяснения содержания проблемы и принятия решения; причинно-следственная диаграмма, целью которой является изображение процессов, событий, решений и ошибок таким образом, чтобы стало ясно, какая причина вызвала такое состояние и другие. Собственно, автор книги «Как развивать креативность» Э. Босс и не скрывает, что дискурсивные методы особенно близки техникам, инженерам, контролерам, астронавтам, пилотам, и тем, кто любит системный подход и следование точным указаниям, поскольку эти техники предлагают строгий сценарий того, как должны появляться идеи и решения проблем<sup>431</sup>.

Полемика по вопросу должна ли быть новизна абсолютной или в новом возможно сочетание старых элементов в результатах инновационной деятельности решается в пользу второго варианта. Т.А. Терехова обращает внимание на то, что «лучшие современные новаторы используют, как правило, выигрышную стратегию переработки старых идей, которая носит название «брокеринга знаний» и состоит из четырех стадий: отбор идей; обсуждение, применение и поддержка; изобретение способа применения старых идей (перекрестное опыление); превращение в реальные продукты, услуги, процессы<sup>432</sup>. Комбинаторный характер креативной деятельности, на наш взгляд наиболее ярко обозначен в высказывании Гордона Драйдера «Если говорить совсем кратко, новая идея – это новая комбинация старых элементов. В ней [этой мысли] содержится ключ к нахождению новых решений. Нет новых элементов. Есть только новые комбинации<sup>433</sup>. Однако именно такой характер креативности соответствует особенностям предпринимательской деятельности. В. Зомбарт отмечает: «предприниматель должен быть одаренным, т.е. богатым «идеями», «выдумками», богатым особого рода фантазией, которую Вундт называет комбинаторной (в противоположность интуитивной фантазии, например

---

<sup>431</sup> Бос. Э Как развивать креативность. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – С.152-153

<sup>432</sup> Терехова Т.А., Вишнева Н.Э., Бабкина Е.В. Социальные роли новаторского типа и динамика их формирования//Психология в экономике и управлении. – 2010. – №1. – С.51

<sup>433</sup> Драйден Г. Революция в обучении: Пер с англ. – М.: ООО «Парвинэ», 2003. – С.233

художника)<sup>434</sup>.

В общественном сознании происходит некоторая вульгаризация творчества, которую можно, на наш взгляд, проиллюстрировать словами автора книги «Мифы об инновации» Скотта Беркуна. Он пишет: «Нам хочется, чтобы творчество было простым для наблюдения механическим процессом, будто мы открываем банку лимонада или кусаем сэндвич». Он же демонстрирует эту тенденцию на следующем примере. «Одним большим мифом является история Исаака Ньютона и открытия Закона всемирного тяготения. Как часто рассказывают, Ньютон сидел под деревом, ему на голову упало яблоко, и в итоге родилась идея о гравитации. Тайна рождения величайшей научной идеи здесь превращена в нечто простое и очевидное. Вместо трудной работы, риска и жертв мы видим чистой воды везение, умение оказаться в нужном месте в нужное время. И самое забавное, что катализатором данной истории стал даже не человек, а жалкий, безымянный плод.»<sup>435</sup>.

Помимо того что с творческой деятельности снимается ореол таинственности, исключительности, она позиционируется как массовый феномен, вид деятельности, доступный всем и каждому, хотя действительность демонстрирует обратное. А.С. Кармин обращает внимание на то, что «тезис о том, что все люди от рождения наделены способностью к творчеству, – это принципиально непроверяемая (нефальсифицируемая) гипотеза. Действительно, ее в принципе невозможно опровергнуть: если кто-то не обнаруживает способности к творчеству, то на это всегда можно возразить, что она у него «задушена» плохим воспитанием и обучением»<sup>436</sup>. Несмотря на это в общественном сознании целенаправленно, на наш взгляд, распространяются представления о биологической природе творчества, поскольку если в роли психофизиологической основы творчества выступает биологическая потребность,

---

<sup>434</sup>Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека// Собрание сочинений в 3-х томах. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – Т.1. – С.251

<sup>435</sup> Беркун С. Откуда берутся гениальные идеи? 10 мифов об инновации. – СПб.: Питер, 2011. – С.27

<sup>436</sup> Кармин А.С. Творчество как фердипюкс// Фундаментальные проблемы культурологии: том V: Теория и методология современной культурологии/Отв. Редактор Д.Л. Спивак. – М., СПб.: Новый хронограф, Эйдос 2009. – С.120

свойственная всем без исключения людям, то и творчество как вид деятельности доступен каждому. Психологи утверждают, что творчество присуще человеку – это не только высшая психическая функция взрослого человека, но и универсальная натуральная функция, присущая всем нормально развивающимся детям. По мнению авторов пособий по креативности, «мы все обязаны и должны быть креативными...», «креативному мышлению можно систематически обучать»<sup>437</sup>. Таким образом, подразумевается доступность творческой деятельности для всех без исключения при условии овладения соответствующими методиками. Р. Флорида объясняет необходимость распространения подобных установок следующим образом. «Романтический миф о «творческом гении» редко бывает полезен. Зачастую он оказывает скрытое разрушительное действие. С одной стороны, он помогает тем, кто видит себя в числе немногих избранных, поверить в свои силы, но на самооценку остальных людей он влияет пагубным образом. Человек, считающий креативность редкой и уникальной способностью, не может верить в то, что благодаря упорству или образованию ему удастся стать частью творческой элиты. Ты либо принадлежишь к ней, либо никогда не будешь принадлежать. Традиционные понятия креативности, таланта и интеллекта могут иметь тот же расхолаживающий эффект. Либо ты ими обладаешь, либо нет. Зачем вообще утруждать себя, если все попытки что-то изменить могут привести лишь к слегка менее удручающему уровню посредственности? ... Совершенно другой подход возможен для того, кто полагает, что креативность базируется на обычных способностях, общих для всех, а также на опыте и компетентности, которых мы все можем добиться»<sup>438</sup>. С ним солидарны и отечественные исследователи. Так, Т.А. Терехова замечает, «образ гения – одиночки, изобретающего что-то с нуля, – романтическая выдумка»<sup>439</sup>.

Профессор психологии, исследователь феномена творчества М. Чиксентмихайи пытается примирить противоположные позиции сторонников

---

<sup>437</sup> Бос. Э Как развивать креативность. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – С.3-4

<sup>438</sup> Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. – М.: Классика XXI, 2005. – С.32

<sup>439</sup> Терехова Т.А., Вишнева Н.Э., Бабкина Е.В. Социальные роли новаторского типа и динамика их формирования//Психология в экономике и управлении. – 2010. – №1. – С.51

всеобщей доступности творческой деятельности и исключительности творческих способностей, выделив разные уровни творчества. В частности, он пишет: «Не все могут быть Творцами с большой буквы, потому что это требует доступа к определенным областям знания, вы должны пройти через этих охранников и хранителей, это сложная работа. Сделать это не просто. Но творчество с маленькой буквы – мы все можем включить это в свою жизнь и надеяться, что, может быть, оно превратится когда-нибудь в Творчество с большой буквы<sup>440</sup>».

Миф о «творческом гении» заменяется другими мифами, более подходящими для стимулирования массового творчества в производственных процессах. А. С. Кармин, называет их мифами (мифологемами) в силу их недоказуемости при кажущейся очевидности.

Миф 1. Всякий труд есть творчество; или в несколько смягченной формулировке: во всяком труде есть место творчеству, хотя нельзя не заметить, что ряд занятий требует четкого соблюдения установленных правил и никаких нововведений не предусматривает. Хотелось бы отметить, что эта мифологема как нельзя лучше соответствует требованиям инновационной экономики, с ее необходимостью постоянного производства инновационных продуктов, товаров и услуг практически во всех сферах деятельности человека. Миф 2. Все люди рождаются творцами и стремятся заниматься творчеством. Миф 3. Творчество всегда желательно и плоды его замечательны. Не принимая во внимание те виды деятельности, где творчество нежелательно и даже вредно, необходимо отметить, что основной целью инновационной деятельности является, по Й. Шумпетеру, увеличение прибыли, в том числе за счет сокращения издержек, к которым относится и оплата труда работников. Может оказаться, что усовершенствование процесса производства, являющееся результатом творческой деятельности, влечет за собой сокращение работников, а значит рост безработицы в масштабах общества.

Между тем наличие такого рода мифов в общественном сознании, а также

---

<sup>440</sup> Чиксентмихайи М. Как творится творчество. Текст лекции/URL: <http://polit.ru/article/2012/07/03/Csikszentmihalyi/> (Дата обращения 16.04.2014)

их настойчивое распространение не так безобидно. Как справедливо заметил А. С. Кармин, настойчивая пропаганда идеи, что все должны быть творцами, принижает нетворческие виды труда, хотя нетворческий, но честный и добросовестный труд нужен обществу не меньше, так как он обеспечивает стабильность общества, сохранение и разумное использование накопленного опыта, историческую преемственность культуры. Кроме того, культ творчества отодвигает на задний план необходимость аккуратного и точного исполнения предписанных инструкцией действий, в некоторых случаях являющегося гарантом безопасности той или иной деятельности и предсказуемости последствий этих действий. Доминирование идеи приоритетности творческого труда рискует, с одной стороны вызвать чувство неполноценности у тех, кто не может или не хочет заниматься творческой деятельностью, а с другой стороны рождает чувство превосходства у тех, кто ей занимается, что может, а в некоторых случаях уже провоцирует социальное расслоение и негативное отношение этих групп людей друг к другу.

Изменения, касающиеся отношения к творчеству, оценки его роли в жизни человека и общества, его механизмов, происходящие в общественном сознании между тем находятся в русле процессов рационализации общественных процессов, отмеченных и В. Зомбартом, и М. Вебером. Так, В. Зомбарт писал: «но то, что отличает в этом отношении современный капиталистический дух от раннекапиталистического, – это строгое, последовательное, безусловное проведение рациональных деловых принципов во всех областях<sup>441</sup>. По мнению Макса Вебера, промышленное капиталистическое общество, в небывалой степени способствует развитию рациональности и рационализации общественных процессов с целью постоянного увеличения калькулируемости и управляемости поведением индивидов и институтов и тем самым обеспечения наиболее эффективных средств для оптимальной организации практик и институтов

---

<sup>441</sup> Зомбарт В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека// Собрание сочинений в 3-х томах. – СПб.: Владимир Даль, 2005. – Т.1. – С.228

общества<sup>442</sup>. Поскольку инновационная экономика является современным этапом развития капиталистической экономики, а также в связи с высокой востребованностью в рамках инновационной экономики и современного производства творческих аспектов деятельности, творчество как процесс также попадает под действие принципов рациональности, калькулируемости, эффективности, предсказуемости и контроля. Так, можно отметить стремление и попытки исследователей выделить составные элементы творческого процесса, с тем, чтобы потом воспроизвести их в заданных условиях, стремление целенаправленно задействовать процессы, происходящие в структуре бессознательного и сознательное введение в состояние измененного состояния сознания. Применение различных методик стимулирования креативности также можно отнести к одному из проявлений рационализации творческих процессов, ибо применение соответствующих методик делает творческую деятельность прогнозируемой, систематизированной и позволяет повысить ее эффективность. Основатель фирмы «Сони» Акио Морита однажды сказал: «я могу приказать рабочему прийти на работу в семь утра и работать производительно, но разве я могу велеть, чтобы ровно в семь моему инженеру пришла в голову удачная мысль?»<sup>443</sup>. Но как раз организация мозгового штурма, синектического штурма или использование других техник стимуляции творческого мышления, позволяет зафиксировать место и время осуществления творческих процессов, делает их управляемыми, а заданные параметры поиска новых идей направлены на повышение эффективности творческой деятельности.

В заключение хотелось бы отметить еще один момент, касающийся возможного изменения оценки специфики творческой деятельности. В экономических исследованиях, касающихся инновационной деятельности уже поднимаются вопросы о том, кто может быть более успешным на рынке: создатель нового продукта или его последователь, а согласно типологии творческих личностей, выделенному Я.Г. Шемякиным, – творец или

---

<sup>442</sup> Ритцер Д. Макдональдизация общества 5. / Пер. с англ. А.В.Лазарева. – М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2011. – С.14

<sup>443</sup> Тоффлер Э. Революционное богатство. –М.: АСТ, 2008. –С.89-90



интерпретатор. Можно встретить и другое обозначение инновационно-активные фирмы, осваивающие новые идеи и создающие инновационные продукты на основе собственных НИОКР и фирмы-имитаторы, создающие собственные модификации новых товаров и организующие их массовое производство. И здесь обнаруживается, что мировой опыт внедрения новых технологий свидетельствует о том, что зачастую фирмы-последователи оказываются более успешными, чем фирмы-новаторы. С точки зрения экономических процессов это объясняется тем, что последователи (интерпретаторы) имеют возможность пользоваться уже готовыми наработками как в плане технологий, так и в плане маркетинга и создания рынка. Новатору самому приходится затрачивать огромные усилия на создание рынка для своей продукции, а последователи приходят уже на готовое. Они наблюдают со стороны, анализируют происходящие процессы и придумывают как сделать их более эффективными и более дешевыми, то есть вносят изменения в уже существующий продукт, адаптируя его к рынку, и тем самым интерпретируя его. Новатор же в это время, не подозревая о наличии конкурентов, держит монопольные цены и не собирается заниматься повышением эффективности и снижением стоимости своих товаров. Для обозначения предпринимателей, занимающихся такого рода деятельностью даже вводится название последователь-новатор, где последователь-новатор – это предприниматель, который идет в известную нишу, но изобретает новые возможности для заработка в ней: продумывает как расширить функциональность продукции, как снизить ее себестоимость и т.д. Более того, деятельность такого рода последователей-новаторов вынуждает настоящих новаторов уйти с рынка, потому что, зачастую адаптированные варианты оказываются более дешевыми, качественными и более соответствующими потребностям рынка. Особенности осуществления экономической деятельности в условиях инновационной экономики легитимизируют разновидность творчества понимаемого как интерпретация существующего, разновидность, нехарактерную для западной цивилизации, что в свою очередь может привести к переоценке роли творца как интерпретатора.

Таким образом, творческая деятельность, выступая в качестве элемента инновационной культуры, претерпевает изменения, касающиеся как терминологии, используемой при описании творческих процессов, сущностных характеристик творчества, целей и способов осуществления творческой деятельности, оценки ее результатов, отношения к творческой деятельности. В целом эти изменения могут быть охарактеризованы следующим образом.

Из многообразия подходов к пониманию сути творчества, характера творческой деятельности, ее целей и способов осуществления, инновационная культура вбирает в себя те варианты, которые позволяют включать творчество в производственные процессы. В результате творческие способности теряют статус исключительности и позиционируются как массовое явление, отношение к ним и к результатам творчества становится утилитарным и прагматичным, а в творческие процессы проникают принципы рационализации, систематизации, технологизации и калькулируемости эффективности.

## **ГЛАВА VI ИННОВАЦИОННОСТЬ КАК КОНСТАНТА СОВРЕМЕННОЙ КУЛЬТУРЫ**

### **6.1 Материальное производство как сфера реализации инновационной культуры<sup>444</sup>**

Реализуя себя в принципах организации материального производства, как в одной из форм своего бытия, инновационная культура не только задает производству определенный вектор развития, но и изменяет его конъюнктуру. Это, в свою очередь, формирует особого качества предметную среду, освоение которой приводит к изменению характеристик как субъектов экономических отношений, так и самих экономических отношений.

Так, общепризнанным результатом активной инновационной деятельности является выступающая следствием противоречивости и нелинейности инновационных процессов, высокая степень нестабильности и неустойчивости экономической конъюнктуры и всей социально-экономической системы, а, значит, неопределенность дальнейших перспектив развития производства, поскольку результатом выхода на рынок инновационной технологии может быть сворачивание деятельности или полный уход с рынка ранее сложившихся хозяйственных организмов и целых отраслей. С одной стороны, неопределенность, будучи неотъемлемой составной частью условий хозяйственной деятельности, в принципе лежит в основе множества сложных и важных экономических явлений рыночной экономики. Но как отметил Ф. Найт, «Самая глубокая и неустраняемая неопределенность связана с теми аспектами или факторами прогресса, которые имеют существенное отношение к возрастанию знаний как таковых. Очевидно, что это верно применительно как к совершенствованию технологии и форм организации бизнеса, так и к открытию

---

<sup>444</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в учебном пособии: Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. Изд. 2-е, доп. и перераб. – Ростов н/Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. – 244с.

новых природных ресурсов»<sup>445</sup>. Неопределенный, вероятностный характер формирования ситуации на рынке неизбежно связывает осуществление экономической деятельности с риском и, чем больше степень неопределенности, тем большая степень риска ему соответствует, в связи с чем некоторые исследователи определяют инновацию как процесс превращения неопределенности в риск<sup>446</sup>. Взаимодействие с такими явлениями как неопределенность и риск вызывает соответствующую реакцию как отдельных экономических субъектов – участников производства и потребления, так и общества в целом.

В частности, производители в условиях инновационной экономики оказываются не заинтересованы в инвестициях с долгим периодом окупаемости, потому что увеличение времени окупаемости проектов увеличивает и число неопределенных параметров, что повышает степень рискованности инвестиций. Наряду с этим ужесточение конкурентной борьбы, стимулирующее инновационную деятельность, приводит к постоянному сокращению жизненного цикла инновационных продуктов, что делает приоритетными исследования, имеющие наиболее короткий инновационный цикл. Быстрая смена технологий, нелинейность инновационного развития, и связанная с этим невозможность точного прогнозирования наличия и уровня спроса на те или иные технологии и продукты снижают мотивацию инвестирования в долгосрочные и высокочрезвычайно затратные исследовательские проекты. В таких условиях предприятия не только не способны, но и не заинтересованы в том, чтобы брать на себя долгосрочные инвестиционные обязательства. Это, в свою очередь, приводит к следующим изменениям конъюнктуры производства.

Известно, что по инновационному потенциалу или по степени инновационного воздействия на все сферы социально-экономической жизни общества, в том числе и на экономическую деятельность, можно выделить две основные группы инноваций: радикальные или базовые и модифицирующие или

---

<sup>445</sup> Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. – М.: Изд-во «Дело», 2003.

<sup>446</sup> Мешков А.А. Основные направления исследования инновации в американской социологии // Социс. – 1996. – № – 5. – С.121

улучшающие.

Радикальные или базовые инновации – это принципиально новые виды продукции, технологии, методы управления. Они основаны на принципиально новых научных идеях и поэтому являются не только основой для появления новых отраслей и новых рынков, но и, как правило, влекут за собой изменения в жизни всего общества. Примерами таких инноваций могут быть автомобиль, самолет, компьютер и т.п. Обычно радикальные инновации появляются в период экономического спада, и они же помогают его преодолеть, выводя общество на другой уровень развития технологической системы. К особенностям радикальных инноваций относится то, что в момент их появления трудно спрогнозировать спрос на них, так как потребность в них отсутствует. По этой же причине возможности их применения могут быть достаточно удалены от времени их появления. Кроме того, радикальные инновации, как правило, для своего применения требуют существенных изменений в сопряженных областях. С одной стороны, радикальные инновации представляют особую общественную ценность, с другой стороны, они вызывают и большее сопротивление.

Модифицирующие или улучшающие инновации связаны с усовершенствованием, рационализацией, видоизменением, модернизацией того, что имеет аналог, прототип. Они не затрагивают основную технологическую схему, но улучшают качество товара или незначительно изменяют отдельные элементы технологического процесса в целях экономии определенных видов ресурсов. С одной стороны, на стадии экономического роста модифицирующие инновации, улучшающие технику и технологию без кардинального их изменения, являются наиболее востребованными. Это связано с тем, что на имеющиеся технологии, на работников соответствующей квалификации и на произведенную ими продукцию и так имеется высокий рыночный спрос, и кардинальные изменения вышеперечисленного просто не востребованы. Модифицирующие инновации позволяют преодолеть тенденцию к моральному устареванию оборудования и форм хозяйствования, способствуют их обновлению в рамках базовых конструкций и принципов. С другой стороны, модифицирующие

инновации консервативны. Их задача – сглаживание несоответствий условий и принципов производства общественным потребностям, они тормозят решительные меры по радикальному изменению этих принципов.

Из характеристик вышерассмотренных типов инноваций понятно, что именно радикальные инновации, в основе которых сегодня, как правило, лежат результаты научных открытий, требуют долгосрочных и значительных по объему вложений инвестиций, но при этом отличаются высокой степенью неопределенности и риска в отношении прибыльности. Незаинтересованность бизнеса в инвестициях с долгим периодом окупаемости приводит к тому, что приоритет отдается разработке и производству модифицирующих инноваций. И действительно, как отмечает А. И. Неклесса, «Несмотря на видимый расцвет информационных и финансово-экономических технологий, на социальные изобретения и другие «мягкие» инновации, попытка сравнить состояние инновационной сферы в конце и в начале прошлого века, перечисляя конкретные прорывные достижения, приводит к психологически неожиданному результату: с удивлением обнаруживаешь, что инновационный импульс к концу века не только не возрастает, но скорее затухает, правда неравномерно, хотя и достаточно заметно, начиная примерно с 1980-х годов. При общем росте значения интеллектуальных технологий фундаментальные открытия – radical innovations сменяются и размываются многочисленными, эффектными рационализациями этих открытий – progressive innovations, происходит универсальная технологизация науки. Реальный же инновационный процесс к 1980-м годам практически остановился, его нет. НТР стала мифом к концу XX века<sup>447</sup>. Среди основных причин сложившегося положения вещей он называет ту, что «в современной экономической формуле фундаментальное открытие есть действие, которое не имеет рыночной стоимости, оно исключается рыночной цивилизацией из социально значимых занятий, гораздо лучше оплачиваются открытия меньшего порядка – progressive innovations (и, кстати, под radical innovations также все чаще понимаются не фундаментальные изобретения). Иными словами, несколько

---

<sup>447</sup>Неклесса А.И. Инновация и революция//Дружба народов. – 2003. – №4. – С.129-140

упрощая реальность, в современной рыночной среде выгоднее заниматься рационализациями, а не открытиями».

Ориентация на приоритетную разработку модифицирующих инноваций получает поддержку и со стороны другого участника экономических отношений – потребителя, что может быть, объяснено, исходя из особенностей человеческой психики.

Чтобы быть адекватно воспринятой, инновация должна соответствовать ментальным структурам<sup>448</sup> потребителей, но, на наш взгляд, справедлив и обратный процесс, а именно ментальные структуры потребителей должны быть готовы к восприятию инновационного продукта. Новый продукт интересен потребителю, как интересно все то, что несет в себе новизну, в том случае, когда входной сигнал не совпадает с моделью (ожиданием), хранящимся в памяти человека. Но если такое расхождение, объем новизны окажется чрезмерным, воспринимающая система окажется некомпетентной и акт восприятия не состоится<sup>449</sup>. О. А. Приходченко выделяет в процессе восприятия инновационного продукта следующие «проблемные» моменты:

- в элементарных ощущениях может быть недостаточно данных для формирования осмысленной законченной идеи продукта. Образ инновации, особенно радикальной, может просто не сформироваться, процесс восприятия будет незаконченным, т. е. потребитель никак продукт не воспримет;

- если же образ инновации все-таки формируется, то степень его искажения может быть настолько велика, что у потребителя не возникает более-менее адекватного представления о реальных свойствах продукта.

Кроме того, потребление инновационной продукции, также как и ее производство, сопряжено с определенными экономическими или социальными рисками только уже в варианте неудачного использования нового товара. Так, в

---

<sup>448</sup> Ментальные структуры - это система психических образований, которые в условиях познавательного контакта с действительностью обеспечивают возможность поступления информации о происходящих событиях и ее преобразование, а также управление процессами переработки информации и избирательность интеллектуального отражения. Холодная М. А. Психология интеллекта: парадоксы сознания 2-ое изд, перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2002. – С.95

<sup>449</sup> Жидков В.С. О сравнениях в художественной культуре, или какая культура прогрессивнее//Культура на рубеже XX-XXI веков: глобализационные процессы. – СПб.: Нестор-История, 2009. – С.516.

случае с радикальной инновацией у потребителя отсутствует опыт потребления инновационного товара, поскольку такой товар по определению не имеет аналогов, не знаком потребителю, а значит, – несет в себе риск потери денег в отсутствии гарантии удовлетворения потребности.

Все это делает потребителя заинтересованным в первую очередь в знакомых ему товарах, с незначительной степенью новизны, поскольку это уменьшает степень риска при потреблении этого товара. Особенности восприятия потребителем инновационной продукции были положены в основу классификации инноваций, согласно которой инновации подразделяются на непрерывные, динамически непрерывные и прерывистые<sup>450</sup>. Под непрерывными инновациями понимаются скорее модификации существующих товаров (вкус, представление, результаты, прочность), а не совершенно новые продукты. Под динамически непрерывными инновациями понимается создание нового товара или модификация уже существующего, который, однако, не изменяют устоявшихся поведенческих паттернов потребителей при покупке и использовании товаров. Прерывистые инновации – это абсолютно новые товары, появление которых приводит к радикальному изменению поведенческих паттернов и стиля жизни потребителей. Если провести аналогию с рассмотренной выше типологией инноваций, то прерывистые инновации соответствуют радикальным, динамически непрерывные – модифицирующим, а вот непрерывные инновации вообще не являются инновациями, так как, по мнению известного отечественного исследователя инновационных процессов А.И. Пригожина, не являются инновационными такие несущественные видоизменения в продуктах и технологических процессах, как изменение эстетических параметров и незначительные технические изменения, которые оставляют неизменными конструктивное исполнение и не оказывают заметного влияния на параметры, свойства, стоимость изделия, а также входящих в него материалов и компонентов.

---

<sup>450</sup> Ламбен, Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб: Питер, 2007. – С.628



Как отмечает О.А. Приходченко, радикально инновационные продукты или прерывистые инновации требуют изменения не только стереотипа удовлетворения какой-то конкретной потребности, но и изменения среды, в которой эта потребность может быть удовлетворена. Чаще, речь идет об изменении комплекса потребностей и о формировании новых элементов этого комплекса, т.е. о качественных изменениях, которые необходимо претерпеть личности в процессе принятия инновации<sup>451</sup>. Непрерывные или динамически непрерывные инновации оказывают наименее разрушительное влияние на сложившиеся поведенческие паттерны, потребителям легче определить степень их полезности, по сравнению с радикальными инновациями. По совокупности всех рассмотренных причин, именно непрерывность инноваций становится одним из важнейших факторов, оказывающих влияние на процесс принятия потребителями инноваций.

Эта же тенденция к ориентации на (в лучшем случае) модифицирующие инновации в ущерб радикальным, как в производстве, так и в потреблении, находит свое отражение и закрепление в том, что в современной экономике является посредническим механизмом между ними – в маркетинге. Ж-Ж Ламбен пишет: «Маркетинговая стратегия, в основе которой лежат исключительно пожелания рынка, благоприятствует незначительным, нереволюционным инновациям – отнюдь не тем, что рождаются в научно-исследовательских лабораториях. Вообще говоря, такие инновации отвечают демонстрируемым рынком потребностям, а потому менее рискованны и более привлекательны для фирмы. В то же время стратегия, основанная на новых технологиях, имеет больше шансов на создание действительно «прорывной» инновации, а значит, и на обеспечение долговременного конкурентного преимущества, соответствовать которому гораздо сложнее. Следует заметить, что многие крупные научно-технические достижения имеют место в лабораториях (или в фирмах), но никак не

---

<sup>451</sup> Приходченко О. А. Психологические особенности восприятия инновационного продукта потребителем URL: <http://cae.nsu.ru/ssylki/stati/128> (Дата обращения 13.11.2015)

на рынке»<sup>452</sup>.

Таким образом, инновационная экономика, в силу объективных обстоятельств своего развития в условиях глобального рынка, а также психологических особенностей восприятия человеком нового, замыкается на воспроизводстве различных модификаций уже существующих товаров. Однако постоянная модификация производимых продуктов искусственно продлевает им «жизнь», сглаживая их несоответствие изменившейся среде, и это на определенном этапе приводит к стагнации.

Следующим из направлений трансформаций экономических отношений является, как отмечают многие исследователи, изменение механизмов возникновения и взаимодействия спроса и предложения, и соответственно, применяемых маркетинговых технологий. Так, если раньше в условиях ненасыщенного рынка и заведомого превышения спроса над предложением, задачей производителя было удовлетворение уже имеющегося в обществе спроса на товар, то теперь фирмы получили возможность перехватить у рынка инициативу в формировании спроса. В стремлении обойти соперников в конкурентной борьбе, фирмы сначала производят товар, исходя из соображений его новизны по отношению к товару, выпускаемому конкурентами. Однако в результате получается товар, спрос на который может отсутствовать по той причине, что потребитель даже не может себе представить существование такого товара и поэтому не имеет потребности в нем, а затем искусственно создают потребность в нем, формируя спрос. Позволим себе не согласиться с В. Г. Федотовой, которая считает, что «раньше потребности формировались производством – сегодня в значительной мере консьюмеристское сознание диктует производству»<sup>453</sup>. Наличие входящих в состав транснациональных корпораций крупных научных лабораторий, позволяет им разрабатывать такие товары, которые никакое консьюмеристское сознание просто не в состоянии себе представить. В результате формируется, как обращает внимание Дж. Кеннет

---

<sup>452</sup> Ламбен, Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб: Питер, 2007. – С.63

<sup>453</sup> Федотова В.Г. Хорошее общество. – М.: Прогресс-Традиция, 2005. – С.87

Гэлбрейт в своей работе «Новое индустриальное общество», «обратная последовательность возникновения спроса, в соответствии с которой в развитом обществе не потребитель выбирает то, что он купит, а крупные корпорации планируют будущий спрос и цены на свои продукты, которые будут произведены»<sup>454</sup>.

Последствия влияния подобных процессов на общественное сознание, однако, выходят за пределы сферы экономических отношений и начинают трансформировать сферу социальных отношений. Во-первых, предлагая тот или иной новый продукт, производитель (разработчик, предприниматель) предлагает потребителю новый способ удовлетворения потребности, по сути, до появления самой потребности. Между тем, зазор между актуализацией потребности и ее удовлетворением, поиск возможностей и средств ее удовлетворения, усилие, направленное на удовлетворение этой потребности – это важнейшие механизмы формирования высших форм психической деятельности и условия нормального функционирования человека. Облегчение удовлетворения почти любой потребности современного человека, в том числе и целенаправленно формируемой, делает ненужным усилие, необходимое для ее удовлетворения и для совершенствования личностных средств самореализации и саморазвития. Последствия этого могут проявляться как на индивидуально-личностном уровне, так и на уровне общества в целом. Так, современными психоаналитиками показано, что избыточное облегчение условий существования, превращающееся в тормоз развития навыков самостоятельности, сепарации или даже построения устойчивых границ субъекта, является источником возникновения психопатологических симптомов<sup>455</sup>. В свою очередь, массовая актуализация «нормальных психических расстройств», личностной недоразвитости, возможной деградации лучших человеческих ресурсов несет в себе опасность для всего культурно-исторического процесса.

---

<sup>454</sup> Юлдашева О.У. Когнитивный маркетинг: от продвижения продуктов к продвижению технологий потребления. Часть 1,2//Маркетинговые коммуникации. – 2004. – № 5 (23), №6 (24).С.10

<sup>455</sup>Тхостов А.Ш. Патологические формы социализации человека// Человек в единстве социальных и биологических качеств. Отв. ред.А.А. Гусейнов. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ»,2012. – С.300

Во-вторых, необходимость целенаправленного формирования спроса заставляет производителей разрабатывать все более изощренные технологии воздействия на человеческое сознание. С одной стороны, формирование сознания человека-потребителя является традиционной технологией капиталистической экономики. Как показывает В.Г. Федотова, уже через сто лет после А.Смита либеральные экономисты начинают считать задачей экономической науки работу с человеческим сознанием и воспринимают ее как своего рода «калькулятор удовольствий и боли», а еще через сто с небольшим лет неолиберализм перестраивает жизненный мир под экономику, не только обращаясь к сознанию человека, но и формируя его потребительские интенции и готовность потреблять как вещи, так и символы, поведенческие коды в сформированном манипуляцией сознания знаковом мире<sup>456</sup>.

Инновационная экономика только усиливает тенденцию к целенаправленному формированию сознания потребителя. Как было отмечено выше, особенности инновационной экономики вынуждают предприятия действовать в условиях практически тотальной неопределенности в отношении перспектив развития рынков и предпочтений потребителей, что, в свою очередь, порождает многочисленные риски, связанные с принятием и внедрением новых идей, решений и технологий при выпуске новой продукции. Заинтересованные в снижении неопределенности в отношении результатов своей инновационной деятельности и минимизации связанных с ней рисков производители нашли выход в целенаправленном моделировании стандартов потребления и их распространения, в воспитании потребителя, приучении его к определенному способу или стилю потребления, предполагающему использование постоянно обновляющихся продуктов и технологий. Так, в работах маркетологов уже можно встретить мнение, что одним из способов обеспечения эффективной коммерциализации инновационных технологий и инновационной продукции является моделирование потребительского поведения при помощи формирования

---

<sup>456</sup> Федотова В.Г. Хорошее общество. – М.: Прогресс-Традиция, 2005. – С.54-55

стандарта потребительского поведения<sup>457</sup>. Целенаправленное моделирование стандартов потребительского поведения гарантирует долгосрочную стабильность спроса, а послушный и понятный потребитель обеспечивает компании стабильный и развивающийся рынок потребления в долгосрочной перспективе<sup>458</sup>. Такие формы работы с сознанием потребителя получают название инновационной модели маркетинга. Как пишет профессор НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге О.У. Юлдашева, современный маркетинг все чаще не столько реагирует на формирующиеся потребности и спрос, сколько сам активно предвосхищает и создает их, формируя и воспроизводя на них спрос. Такой маркетинг условно можно назвать креативным или инновационным. Крупные компании все более переходят на реализацию инновационной модели маркетинга, когда они предвосхищают спрос и предлагают потребителям новые сложные товары, нуждающиеся в использовании специальных технологий по созданию спроса. Поэтому крупные фирмы активно развивают high-tech технологии, воздействующие на потребительское сознание с целью формирования стереотипов потребления<sup>459</sup>.

Совершенно не давая этому нравственной оценки и более того, позитивно оценивая появление новой формы маркетинга, когнитивного маркетинга, О.У. Юлдашева, отмечает, что маркетинг все больше влияет на познавательные процессы – процессы мышления, восприятия, воображения, ощущения, памяти, то есть на когнитивные процессы. А, поскольку через процессы познания формируется определенный тип сознания, то, заключает она, это знаменует переход теории маркетинга к концепции когнитивного маркетинга, в которой основной целью маркетинга является создание потенциального спроса на товары и услуги компании посредством формирования определенного типа сознания потребителя, которое определяет структуру потребляемых им благ. На

---

<sup>457</sup> Матковская Я.С. Потребительское поведение на рынке инновационных технологий: моделирование стандартов// Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – №2. – С. 12-22.

<sup>458</sup> Юлдашева О.У. Когнитивный маркетинг: от продвижения продуктов к продвижению технологий потребления. Часть 1,2// Маркетинговые коммуникации. – 2004. – № 5 (23), №6 (24). – С. 11

<sup>459</sup> Юлдашева О.У. Когнитивный маркетинг: от продвижения продуктов к продвижению технологий потребления. Часть 1,2// Маркетинговые коммуникации. – 2004. – № 5 (23), №6 (24). – С.9

необходимость использования когнитивных механизмов потребителя обращают внимание и другие исследователи. Например, Е.А. Крылова и Д.А. Радужинский утверждают, что «в начале XXI века практически во всех экономических рынках инновация содержательного характера должна быть поддержана инновацией форм и образов, которые формируются в воображении потребителя»<sup>460</sup>.

Сложный характер связи производства и потребления в инновационной экономике проявляет себя и в следующих процессах. Сформировавшаяся как способ избежать кризиса перепроизводства, инновационная экономика между тем провоцирует волны перепотребления. Необходимость постоянного производства инновационной продукции, как обращают внимание, В.В. Афанасьева и В.Г. Туркина, служит причиной того, что производство переходит в режим странного аттрактора – непредсказуемого, сложного состояния, возникающего на поздних стадиях развития системы и характеризующегося наличием множества внутренних неустойчивостей. Неустойчивости, связанные с появлением новых, все более и более продуктивных технологий, означают неумеренный рост множества потребительских паттернов, ничем не оправданное увеличение количества видов производимых товаров. Слишком сложным и неустойчивым становится переполненный товарами рынок, вынужденный наращивать производство и перепроизводство рекламы для того, чтобы сбыть перепроизведенное. Перепотребление рождает сложную систему социальных и экономических обратных связей, появление новых продуктов или перепотребление традиционных провоцирует рост, иногда неограниченный, новых процессов перепотребления, вторичных волн перепотребления. Производя новые продукты, экономика включает их в круг перепотребления и одновременно изобретает антипродукты, нивелирующие чрезмерное потребление первых и очерчивающие новые перепотребительские круги. Так, перепотребление пищи рождает спрос на продукты, лекарства и медицинские методики, способствующие похуданию, перепотребление коммуникаций – на покой и тишину, которые

---

<sup>460</sup> Радужинский Д.А., Крылова Е.А. Основы идентичности инновационного бренда проблемы перехода к инновационной экономике // Проблемы современной экономики. – 2010. – №2. – С.42-46.

становятся очень дорогим товаром, перепотребление синтетического, искусственного – на натуральное и т.д.<sup>461</sup>. Таким образом, можно согласиться с Ф. Найтом, который заметил: «Серьезное заблуждение – полагать, что в современной индустриальной стране производство имеет место только в связи с потреблением. На самом деле потребление во все более возрастающей степени приносится в жертву росту производства»<sup>462</sup>.

Действие инновационного императива в масштабах глобальной экономики, имеет своим следствием не просто ужесточение конкурентной борьбы между разными фирмами, но и, как отметили авторы книги «Бизнес в стиле фанк», конкуренцию с самим собой. Роберт Коул констатирует, что «мы живем в эру гиперконкуренции, являясь свидетелями постоянного ускорения темпов технологических изменений, когда в одной отрасли за другой происходит увеличение «тактовой частоты» перемен, а скорость разработки и продвижения на рынок новой продукции становится главным и постоянно усиливающимся фактором конкурентоспособности компаний»<sup>463</sup>. В результате, скорость появления и выхода на рынок новых продуктов и технологий (как и скорость их ухода с рынка, в связи с заменой новыми) постоянно увеличивается. Алан Ф. Шугарт, председатель правления Seagate Technology Inc (крупнейшего производителя жёстких дисков и решений для хранения данных) сказал: «Иногда мне кажется, что придет день, когда утром мы будем представлять новое изделие, а вечером будем снимать его с производства»<sup>464</sup>. В условиях инновационной экономики запаздывание с предложением новой продукции существенно сокращает норму прибыли, и поэтому производители не только постоянно находятся в поиске путей к сокращению продолжительности этапов разработки, изготовления и поставки новой продукции, но и стремятся совместить перечисленные операции, чтобы обеспечить максимальную непрерывность процесса создания новых

---

<sup>461</sup> Афанасьева В.В., Туркина В.Г. Общество перепотребления // Потребление как коммуникация. Материалы 5 международной конференции (26–27 июня 2009 г.) Факультет социологии СПбГУ. Фонд "Интерсоцис". –2009. – С.22.

<sup>462</sup> Найт Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль. – М.: изд-во «Дело», 2003.

<sup>463</sup> Fine C Clocbpeed. Reading. – MA: Perseus Books, 1998.

<sup>464</sup> Нордстрем К., Риддерстрале Й. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта. – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2003. – С.174

изделий, что еще больше увеличивает темп перемен.

Потребители, которых производители приучили к постоянному обновлению товаров, реагируют соответствующим образом. Так, Д. Пулер замечает: «исследования современного рынка показывают, что волны спроса на продукт чередуются быстрее, чем раньше. Магазины стремятся как можно чаще обновлять свой ассортимент и оформление витрин. Заходя в магазин через месяц после предыдущего посещения, покупатели ожидают увидеть нечто новое, потому что они привыкли воспринимать обновление ассортимента как обычную особенность торговли. На смену статичности и постоянству пришли динамика и разнообразие. Потребителям нужны новые товары и идеи»<sup>465</sup>. Частое обновление ассортимента привлекает посетителей и, тем самым увеличивает товарооборот, а значит и прибыль, создавая дополнительные стимулы для производителя. Однако Д. Пулер в стремлении к потреблению новых товаров видит и другую причину, уже психологического характера. В нашем обществе, пишет он, наблюдается рост благосостояния и увеличение количества свободного времени. Находчивые производители и продавцы заполняют недостаток ощущений, изобретая новые товары и услуги, внедряя новые рекламные стратегии, нацеленные на покупателя, стремящегося к самореализации. Удачливые производители, дизайнеры и предприниматели делают все возможное, чтобы создать новые продукты и обеспечить спрос на них. Постепенно удовлетворяя все свои традиционные потребности, люди начинают искать новые, уникальные продукты и услуги. Все чаще эти продукты и услуги подразумевают самоактуализацию покупателя, то есть получение новых ощущений и впечатлений, а не просто удовлетворение потребностей в награде за что-то. Людям нравится первыми покупать или испытывать что-то новое – ведь в таком случае они могут рассказать об этом знакомым и похвастаться своим умением шагать в ногу со временем. Если вы первым посетили выступление популярного артиста или стали носить модную одежду, то самое главное для вас – чтобы на вас обратили внимание. Это часть

---

<sup>465</sup> Пулер Д. Почему мы покупаем. Мотивация и стратегия продаж. – М: Олимп-Бизнес, 2006. – С.199



самоутверждения<sup>466</sup>. В свою очередь, он же замечает, что «покупка ради самовыражения (самоутверждения) означает, что восприятие важнее содержания.»<sup>467</sup>.

Понимание факта, что восприятие для современного покупателя важнее содержания уже находит отражение в пособиях по маркетингу, где можно встретить следующее определение инновации. «Инновация – это любая идея или продукт, воспринимаемые потенциальным потребителем как новые»<sup>468</sup>. Следовательно, товарная инновация или новый товар есть любой недавно появившийся на рынке или воспринимаемый как новый в сравнении с существующими продуктами товар. Однако такое определение кардинально меняет смысл термина «инновация». Несмотря на всю многозначность употребления этого термина, хотелось бы обратить внимание на то, что инновация – это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, где новизна подразумевается в качестве объективной характеристики. В случае же с потребителем на первый план выходят субъективные оценки, а именно восприятие новизны. Но в таком случае, производителю не нужно создавать новый товар, достаточно создать у потребителя субъективное представление о его новизне. Учитывая, технологическую сложность многих современных товаров, это не так трудно сделать, из-за того, что потребитель не в состоянии оценить реальную новизну товара. Поэтому достаточно прибавить к характеристике товара слово «инновация», чтобы стимулировать спрос на этот товар.

Между тем, ритм и динамика современных экономических процессов – в частности, касающихся производства и потребления инновационной продукции вызывают формирование новых ценностных моделей, ориентированных на

---

<sup>466</sup> Там же С.72-73;191

<sup>467</sup> Там же. С.154

<sup>468</sup> Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10-е изд. / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2007. – С.627

«поверхностный эффект»<sup>469</sup>, регулирующих уже не только экономическую, но и другие сферы жизни социума. В частности, происходит изменение базовых парадигм восприятия мира, таких как соотношение стабильности и изменчивости, в результате чего преобладание перемен над состоянием стабильности закрепляется в качестве нормы. Краткосрочность стратегий, имеющая, как было показано объективную обусловленность в современных экономических условиях, переносится в сферу социальных отношений, где кратковременность отношений возводится в правило, что приводит к разрушению традиционных институтов.

Спровоцированный инновационной экономикой переход к предметам «быстрого потребления», сформировал определенный характер социальных изменений, который, в свою очередь, повлек за собой и изменение восприятия социального времени. Как замечает Н.Е. Покровский, «отныне траектория социального времени раскладывается на серию отрезков, каждому из которых соответствует отдельный жизненный «проект», достаточно краткосрочный. После окончания очередного проекта возникает новый, часто радикально меняющий ориентацию траектории развития». Хотелось бы отметить, что проектная форма работы является характерной именно для инновационной экономики формой организации деятельности. Суть проектного менеджмента заключается в том, чтобы собрать команду самых квалифицированных сотрудников разных профессий для осуществления сложного проекта в установленные сроки с заданным уровнем качества в рамках выделенных для этой цели материальных, финансовых и трудовых ресурсов. После завершения работы проектная группа распадается, а персонал переходит в новую проектную структуру или возвращается на постоянную работу<sup>470</sup>. Подобная краткосрочная актуальность, с заменяемостью участников, и временной ограниченностью участия, реализуемая уже в социальных практиках пронизывает все уровни социальной структуры. Как замечает Н.Е. Покровский, «даже такие традиционные институты, как, например,

---

<sup>469</sup> Сурова Е. Э. Ценностная ситуация глобальной эпохи// Культура на рубеже XX-XXI веков: глобализационные процессы. – СПб.: Нестор-История, 2009. – С.318.

<sup>470</sup> Малахова Н.Н. Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе учеб. пособие для вузов /Н. Н.Малахова, Д. С. Ушаков. – 2-е изд., доп. и перераб. – Ростов н/Д : МарТ : Феникс, 2010. – С.173

семья, превращаются на наших глазах в экспериментальный проект для вовлеченных сторон. Все начинает носить временный характер и требует от субъектов большой и специфической динамики «вписывания» в эту краткосрочность<sup>471</sup>. Идея краткосрочности, доведенная до своего логического конца, на наш взгляд может быть проиллюстрирована следующим примером. Токийская компания, созданная дизайнером Реи Кавабуко и ее мужем Эдрианом Йоффе, открыла в Берлине магазин, который по их утверждению, просуществует всего один год, а потом закроется независимо от прибыльности. В этой идее отражена мимолетность жизни моды, кинофильмов, музыки и знаменитостей<sup>472</sup>.

Таким образом, воплощаясь в принципах организации материального производства, инновационная культура изменяет:

- конъюнктуру производства, обуславливая доминирование модифицирующих инноваций, представляющих собой незначительные усовершенствования уже существующих продуктов, над радикальными инновациями, то есть принципиально новыми товарами и услугами. Делая разработку и производство радикально инновационных продуктов экономически невыгодным, инновационная экономика препятствует научно-техническому прогрессу;

- направленность взаимодействия между спросом и предложением, поскольку в инновационной экономике производители в стремлении обойти конкурентов создают товар, ориентируясь на его новизну (инновационность). Создание товара, на который еще нет и не может быть спроса, так как он не знаком потребителю, приводит к тому, что предложение начинает предшествовать спросу;

- маркетинговые технологии, определяющие характер воздействия на сознание потребителя. Они становятся не только все более изощренными, воздействующими на когнитивные процессы, такие как процессы мышления, восприятия, воображения, ощущения, памяти, но и более системными,

---

<sup>471</sup> Покровский Н.Е. В зеркале глобализации//Сумерки глобализации: Настольная книга антиглобалиста. – М.: ООО «Издательство АСТ: ЗАО НПП «Ермак», 2004. – С. 69-70

<sup>472</sup> Тоффлер Э. Революционное богатство. – М.: АСТ, 2008. –С.94-95

стимулирующими уже не единичный акт покупки, а формирующими стратегии и стандарты потребления в целом;

- скорость процессов производства и потребления, которая все больше увеличивается, формируя и у производителей, и у потребителей привычку жить в мире, в котором вещи быстро заменяются новыми;

- потребление новых товаров приобретает функцию самовыражения и самоутверждения, ранее выступающую характеристикой не процессов потребления, а процессов производства. В связи с этим на первый план выходит не содержание товара и его объективная новизна, а субъективная новизна, то есть восприятие товара как нового. Это, вкупе с усложнением товаров, мешающим объективной оценке новизны, открывает неограниченные возможности манипулирования сознанием потребителя для производителей.

В свою очередь, освоение формируемой материальным производством, отличающимся рассмотренными выше особенностями, окружающей среды, влияет на изменение человеческих качеств, по следующим направлениям:

- постоянное и все время ускоряющееся производство инновационных товаров и услуг закрепляет стремление к новизне;

- основной характеристикой человеческих отношений и деятельности социальных институтов становится краткосрочность;

- удовлетворение потребности раньше ее актуализации или даже целенаправленное формирование отсутствующей в реальности потребности приводит к отсутствию у человека необходимости в саморазвитии, массовой актуализации «нормальных психических расстройств», личностной недоразвитости, возможной деградации человеческих ресурсов.

## 6.2 Экономические интересы как фактор экстернализации науки<sup>473</sup>

Одной из сущностных характеристик инновационной экономики выступает определяющая роль научных исследований в создании инновационных продуктов и технологий. Действительно, в инновационной экономике произошло окончательное превращение науки, выступающей важнейшим видом духовного производства, в непосредственную производительную силу, закрепление ее в этом качестве, утрата ею независимости и слияние с промышленностью, в связи с чем наука в некоторых исследованиях объявляется видом экономической деятельности: «научно обоснованная классификация науки как вида экономической деятельности в качестве...»<sup>474</sup> или отрасли экономики<sup>475</sup>. Научное знание объявляется источником инновационного развития экономики, а основными факторами экономического роста становятся научно-технический прогресс и интеллектуализация основных факторов производства. Научные институты выступают в качестве основных производителей знания, необходимого для создания инновационных технологий, а современные инновации представляют собой единство социально востребованных текущим моментом науки и технологии. Таким образом, благодаря развитию инновационной экономики, наука занимает двойственное положение, выступая одновременно важнейшим элементом и духовного и материального производства. Однако выступая в качестве одного из структурных элементов инновационной культуры, наука в большей степени, чем остальные формы духовного производства, претерпевает качественные изменения.

С одной стороны, как показывает опыт западных стран, рынок служит

---

<sup>473</sup> Материалы данного параграфа были частично опубликованы в статьях: Малахова Н.Н. Научные институты как субъекты инновационной деятельности в национальной и глобальной экономике: социокультурные аспекты функционирования [Текст]/ Н.Н. Малахова.//Образование. Наука. Инновации: южное измерение 2014 №6 (38) С.68-75; Малахова Н.Н. Инновационная экономика как фактор трансформации научных институтов: глобальный уровень[Текст]/ Н.Н. Малахова.// Научное обозрение. Серия 2: Гуманитарные науки. – 2015. – №1. – С. 15-21; Малахова Н.Н. Научно-исследовательское направление деятельности университета как субъекта инновационной системы[Текст]/ Н.Н. Малахова.// Вестник Воронежского государственного университета – серия «Проблемы высшего образования» – 2014. – №2. С.57-60

<sup>474</sup> Сосунова Л.А., Серпер Е.А. Научное знание как источник инновационного развития экономики // Экономические науки. – 2010. – № 7(68). – С. 67

<sup>475</sup> Каблов Е.Н. Наука как отрасль экономики // Наука и жизнь. – 2009. – №10. – С.6-10

мощным фактором развития науки<sup>476</sup>. С другой стороны, зависимость инновационной экономики от результатов научных исследований и в связи с этим тесное взаимодействие науки с бизнесом, активная интеграция научных институтов в экономические отношения трансформирует как сами научные институты, так и отношение к ним общества и государства.

Трансформации могут быть отмечены как внутри самой науки, в которой появляется все больше междисциплинарных направлений, меняется соотношение фундаментальных и прикладных уровней производства знания, происходят процессы реструктурирования ее взаимоотношений с обществом и политикой, формируются трансдисциплинарные стратегии и «гибридные» формы организации и проведения исследований, так и на глобальном уровне, касающемся формирования глобальной науки и функционирования научных институтов.

Внутренние трансформации социального института науки фундированы, в первую очередь, изменением отношения к знанию и методам производства знания. Инновационная экономика, называемая также экономикой знаний, изменяет сами представления о знании, а также обуславливает появление новых моделей производства и распространения академического знания.

Если прежде знание, наука опирались на просветительскую картину мира и рассматривались в основном как абсолютная и безбрежная ценность, то отныне возобладало понятие «полезного знания» (useful knowledge), то есть знания, ограниченного в принципе, сфокусированного на конкретике и нацеленного на результат, приносящий немедленную экономическую выгоду<sup>477</sup>. «Знание, – цитирует Ю. Хабермаса Ж.-Ф. Лиотар, – производится и будет производиться для того, чтобы быть проданным, оно потребляется и будет потребляться, чтобы обрести стоимость в новом продукте, и в обоих этих случаях, чтобы быть

---

<sup>476</sup> Юркевич А.В. Стратегии развития российской науки// Социология науки и технологий. – 2010. – Том 1. – № 1. – С. 64

<sup>477</sup> Покровский Н.Е. Побочный продукт глобализации: университеты перед лицом радикальных изменений.// ОНС. – 2005. – №4. – С148

обменным»<sup>478</sup>.

Теоретическое обоснование этого процесса можно найти в созданной коллективом авторов – М. Гиббонсом, К. Лиможем, Х. Новотны, С. Шварцманом, П. Скоттом и М. Троу работе «Новое производство знания: динамика науки и исследований в современных обществах». В ней М. Гиббонс с соавторами выделяет две модели производства знания. Первую модель он характеризует как традиционную дисциплинарно организованную, в рамках которой научное знание разделялось на дисциплинарные области. Внутри этих областей определялось, что считать важной научной проблемой, как над ней следует работать, кто может и должен делать это и, наконец, что должно рассматриваться как научный вклад. Эта модель отражает институционализированную и закрепленную во внутренней организации современных университетов форму производства знания.

Особенностями второй модели (mode 2 knowledge production), появившейся во второй половине XX века выступают ориентация на ценностно-целевые структуры так называемых пользователей, контекстуализация проблем и учет возможных импликаций исследований. Стремительные изменения, происходящие в мире, Гиббонс связывает именно с появлением второй модели, перешагнувшей через границы точных, общественных и гуманитарных наук. Основными отличиями второй модели являются следующее<sup>479</sup>:

– знание продуцируется в контексте его приложений, то есть в прикладном контексте. Предполагается, что помимо познавательных и социальных норм, которые влияют на фундаментальные исследования и академическую науку, следует руководствоваться и более широкими соображениями полезности производимого знания для индустрии или правительства, для общества в целом;

– знание трансдисциплинарно. В отличие от междисциплинарности научное знание здесь не возникает на основе уже существующих дисциплин и не является основанием для формирования новой научной дисциплины. Актуальное

---

<sup>478</sup>Мельникова Н.И. Академический капитализм в глобальном информационно-коммуникационном образовательном пространстве // Интеграция образования. – 2004. – №1. – С.7

<sup>479</sup> Gibbons M. The university as an instrument for the development of science and basic research: the implication of mode 2 science // Emerging patterns of social demand and university reform: through a glass darkly / D. Dill, B. Sporn eds. – Oxford: Pergamon Press, 1995. – P. 90-104.

научное знание и основанные на нем результаты формируются на стыке различных научных дисциплин и на разных уровнях научного знания (фундаментального, прикладного, технических разработок). Поэтому и форма окончательного решения всегда будет иной, чем в каждой отдельно взятой дисциплине;

– гетерогенность и организационное многообразие форм производства знания. Их следует понимать, имея в виду навыки и опыт, вносимый участниками в этот процесс. Участники, объединенные в группы или команды, могут затем быть собраны в другие группы, с другими людьми, часто совсем в ином месте для работы над совсем иными проблемами. Но при этом непрерывно происходит обмен и обогащение опытом. Так создаются необходимый интеллектуальный задел и потенциал компетентности, который вносится в новый проблемный контекст;

– социальная ответственность, рефлексия и отчетность. Социальная ответственность и отчетность перед обществом тех, кто производит знание, вызваны растущим интересом и участием общества в решении проблем окружающей среды, безопасности, здравоохранения, энергетики, сохранения невозполнимых ресурсов, собственности и воспроизводства. Общество ждет, что это найдет отражение в постановке целей, разработке дизайна исследовательской деятельности всех научных учреждений и их большей ориентации на производство полезной конечной продукции;

– расширенная база систем контроля качества. Во второй модели контроль качества значительно отличается от традиционного, основанного на оценках, суждениях и мнениях экспертов, имеющих научный вес в своих дисциплинах. Этот подход неизбежно несет в себе влияние взглядов и интересов тех, в чьих руках находятся ключи от вершин.

Как можно отметить, уже в концепции «второго типа» производства знания обозначены ключевые параметры структурных изменений в организационной системе науки.

Так ориентация на практически полезное знание приводит к одной из



наиболее значимых по своим последствиям трансформаций, заключающейся в изменении роли и соотношения прикладных и фундаментальных исследований, а также оценки их значимости обществом. Согласно «Руководству Фраскати» «Фундаментальные исследования представляют собой экспериментальные или теоретические работы, осуществляемые, прежде всего, с целью получения новых знаний об основополагающих свойствах явлений и наблюдаемых фактов, без какой-либо конкретной цели их применения», а под прикладными исследованиями, понимаются первичные изыскания, направленные на приумножение знаний, но при этом имеющие целью решение конкретных практических задач<sup>480</sup>. Таким образом, коренное отличие фундаментальной науки от прикладной состоит в том, что, несмотря на то, что она формирует базовые принципы большинства научных дисциплин, но в ее задачи не входит скорая и неременная практическая реализация результатов исследований. Результаты измерения экономических эффектов фундаментальных открытий показали, что они, как правило, не имеют рыночной стоимости, поэтому с точки зрения рынка занятие фундаментальной наукой не является социально значимым занятием. Возможности прикладного применения результатов фундаментальных исследований неочевидны, а значит, гарантии их коммерциализации отсутствуют. Кроме того, инновации, связанные с новыми областями знаний характеризуются самой высокой степенью риска. Вкупе с необходимостью значительных затрат на получение нового знания это делает бизнес незаинтересованным в финансировании фундаментальных исследований. В результате «все больший упор делается на прикладные дисциплины и все чаще свертываются исследования в тех областях, где привычные «показатели продуктивности» не работают»<sup>481</sup>.

Оценка значимости фундаментальной науки для общества меняется как в сознании предпринимателей, так и в сознании простых обывателей на прямо противоположную той, что была ранее: ценность фундаментальной науки неуклонно снижается.

---

<sup>480</sup> Гаслер Х., Шибани А. Непрактичная наука: как оценить результативность фундаментальных исследований //Форсайт. – 2011. – Том 5. – №1. – С.41

<sup>481</sup> Уэбстер Ф. Теории информационного общества. Под. ред. Е.Л. Вартаковой. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 346.

Хотя, с одной стороны, наглядная связь науки и экономики воплощающаяся в инновационных продуктах, поднимает авторитет науки в глазах обывателей, с другой стороны, она ориентирует их на чисто утилитарное восприятие научных достижений, что, в совокупности с прибыльностью инновационных разработок, рождает в общественном мнении иллюзию самокупаемости научных исследований, возможной финансовой самодостаточности науки, за счет обслуживания ею интересов производства, возможности коммерциализации результатов научных исследований в результате осуществления инновационной деятельности. Основным критерием оценки научного знания становится возможность его практического применения. То, что бизнес постепенно берет на себя финансирование научных исследований, способствует закреплению в общественном сознании представлений о возможности и необходимости сокращения государственных расходов на науку. Так, в США доля государства в расходах на НИОКР в 2003 г. составила всего 30% по сравнению с более чем 50-процентной долей, приходящейся на госфинансирование в начале 1980-х гг., а к 2015 г. сократилась до 27%. Все больше расходов на НИОКР берет на себя бизнес и в Европе. Если в начале 1990-х гг. в Великобритании и Франции свыше 50% затрат на НИОКР финансировало государство, то в 2003 г. эти параметры снизились до 30 и 39% соответственно<sup>482</sup>, а за последние годы упали еще больше – до 22%<sup>483</sup>.

Такая позиция государства встречает активную поддержку со стороны обывателей, которые, выступая в демократических обществах в качестве налогоплательщиков и избирателей, могут определять стоит ли больших затрат фундаментальная наука, «расширяющая горизонты познания», но не влияющая на их быт<sup>484</sup>. Сознание обывателей, в свою очередь, также претерпевает изменения под влиянием инновационной экономики. Ускорение темпов жизни, неопределенность жизненных перспектив, доминирование ценностей

---

<sup>482</sup> Инновации на стороне URL: <http://www.sibai.ru> (Дата обращения 13.05.2014)

<sup>483</sup> США занимают лидирующую позицию по расходам на НИОКР в мире URL: <http://mirpmr.ru/> (Дата обращения 13.01.2016)

<sup>484</sup> Юревич А.В. Наука и рынок // Общественные науки и современность. – 1999. – №1. – С.31

утилитаризма и прагматизма, как результатов функционирования институтов инновационной экономики, приводит к тому, что современный обыватель не любит ждать и не хочет тратить свои деньги на то, что начнет давать осязаемый результат в необозримом будущем. В массовом сознании образ фундаментальной науки как дорогостоящей, малопонятной с точки зрения ее сути и полезности социальной структуры, сулящей весьма призрачные и отдаленные во времени дивиденды, проигрывает образу науки прикладной, результаты которой наглядны и делают жизнь более комфортной, затраты на которую несет не общество, а предприниматель.

Между тем недооценка роли фундаментальной науки может негативно сказаться на развитии самой инновационной экономики. Выход из ситуации экономического кризиса возможен в результате внедрения радикальных инноваций, создание которых невозможно без открытий фундаментальной науки. Кроме того, на микроэкономическом уровне не ограниченные рамками и не преследующие конкретной цели фундаментальные исследования способствуют расширению «технологических возможностей» компаний, которые состоят в применении новых методов, в использовании новой информации, достижений и т.д. Таким образом, и сами компании нуждаются в свободных (в определении исследований) научно-ориентированных изысканиях, проводить которые из-за их рискованности, высокой степени неопределенности результатов, ориентации на долгосрочную перспективу частные компании не могут себе позволить<sup>485</sup>.

Включенность научных институтов в инновационные процессы трансформирует сферу нормативно-ролевых ожиданий и подкрепляющих их ценностных императивов. Так, инновационная деятельность подразумевает ориентацию на определенные ценности. Несколько десятилетий назад сравнение советских и американских ученых, продемонстрировало парадоксальное отличие приоритетов ученых и студентов двух стран, так называемый «эффект опрокинутой пирамиды». Для советских ученых наиболее престижными

---

<sup>485</sup> Гаслер Х., Шибани А. Непрактичная наука: как оценить результативность фундаментальных исследований //Форсайт. – 2011. – Том 5. – №1. – С.44

считались теоретические исследования, связанные с фундаментальными науками (астрофизика, теория гравитаций т.д.). На втором месте располагались прикладные исследования и, наконец, только на третьем месте конкретные работы, направленные на воплощение научных идей в товарах, услугах, образцах новых технологий. Но для того, чтобы в стране были инновации система приоритетов должна быть обратной. Именно «думающие инженеры», а не абстрактные теоретики являются героями инновационной эпохи!<sup>486</sup>.

Между тем принципы, цели, мотивы организации научных исследований и инновационного предпринимательства не просто не совпадают, а, зачастую, противоречат друг другу. Целью научных исследований традиционно был бескомпромиссный поиск истины, а материальные ресурсы служили в качестве инструмента, обеспечивающего поиск этой истины. Целью инновационной деятельности, согласно Й.Шумпетеру, является получение конкурентных преимуществ и увеличение прибыли (в том числе и за счет утилитарного использования полученных научных знаний), что делает инструментом саму научную истину. В качестве побудительного мотива деятельности ученого выступает его любознательность, а побудительным мотивом предпринимателя, осуществляющего инновационную деятельность, является мотив конкурентоспособности. Действие рыночных механизмов трансформирует цели, мотивы и ценности ученых, а также меняет направление их деятельности. Целью познания становится получение знания, имеющего экономическую ценность, то есть предоставляющего возможности скорейшего его практического использования с целью повышения эффективности производства или увеличения прибыли благодаря созданию и распространению инновационного продукта. Предмет исследования и направления научных поисков также формируются под влиянием экономических интересов потенциальных спонсоров, заказчиков исследований, которые заинтересованы оплачивать только те исследования, которые позволяют получить быструю прибыль от своих вложений. По данным

---

<sup>486</sup> Харин А.А., Майборода В.П. Инновационная экономика России. Реалии и перспективы URL: <http://nit.miem.edu.ru/2003/harinmyboroda.htm> (Дата обращения 18.05.2014)

экспертов 60% источников инноваций обусловлены развитием рынка, т. е. определяются заказчиком<sup>487</sup>. Таким образом, подчинение науки производству приводит к подмене научного поиска заказами промышленников.

В деятельности научных институтов на одно из первых мест выходит коммерческая составляющая процессов исследований, как в плане финансирования самого процесса проведения научных исследований, так и в плане последующей коммерциализации полученных результатов. Эти особенности проведения научных исследований уже настолько проникают в сознание самих ученых, что некоторые из них свою работу по проведению научных исследований называют бизнесом. В качестве примера можно привести показательное описание работы лаборатории ее руководителем, специалистом по нейроэкономике, преподавателем на факультетах психиатрии и экономики в Школе бизнеса Гисуэта Университета Эмори доктором Грегори Бернсом. В своей книге «Разрушители стереотипов» он пишет: «как директор такой (исследовательской) лаборатории, я делаю почти то же самое, что и генеральный директор компании. Чтобы получить на выходе знания и открытия, нужно вложить средства. Мои обязанности как главы предприятия (лаборатории) – развивать бизнес, изыскивая новые источники финансирования, чтобы поддерживать его продуктивность. Разумеется, основная функция лаборатории – исследования и разработки. Осязаемые критерии нашего успеха – публикации и иногда лицензионные сделки. Ценность научных работ легко измерить импакт-фактором журнала, в котором они опубликованы. Опубликовать работу в журнале с высоким импакт-фактором непросто, однако эти усилия окупаются с лихвой: поощрения, известность и приток средств. Речь идет о классическом соотношении риска и прибыли»<sup>488</sup>. Далее он совершенно однозначно отождествляет науку и бизнес: «Конкуренция в науке столь же остра и беспощадна, как и в любой другой

---

<sup>487</sup> Анри Ж.П. От идеи до рынка: Семь ступеней к инновациям на малых и средних предприятиях // Инновации. – 2000. – №3-4. – С.89

<sup>488</sup> Бернс Г. Разрушители стереотипов: когда и как можно нарушать общепринятые правила и выходить победителем; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – С.13-14

сфере бизнеса»<sup>489</sup>.

Следующим следствием доминирования инновационного императива в сфере научной деятельности является изменение социальной роли ученого. В рамках инновационной экономики, постулирующей практическую применимость и окупаемость результатов научных исследований, задачи поиска финансирования проводимых исследований возлагаются на самого ученого. Как справедливо отмечает Е. Г. Гребенщикова, «вознаграждение перестает быть делом личного выбора, а становится условием существования в науке»<sup>490</sup>. Это заставляет ученого овладевать навыками маркетолога, а к социальной роли профессионала-исследователя, которая многие годы была основной в фундаментальной науке, добавляются такие как администратор, «добытчик» финансирования, координатор проектов. Выделяется определенная категория ученых – так называемые «научные менеджеры», умеющие привлекать спонсорские финансовые средства.

Многообразие социальных ролей, которые должен совмещать в себе ученый выглядит тем более странно, что одной из современных тенденций повышения эффективности инновационной деятельности стала командная форма организации труда и формирование инновационной команды. В инновационной команде действуют три категории сотрудников – инноваторы, менеджеры и исполнители. Функции каждого сотрудника ограничены его категорией и именно это является залогом успешности деятельности команды, так как задачей творца-инноватора является только продуцирование идей, а возможности их коммерциализации анализируются менеджерами, они же занимаются вопросами финансирования перспективных идей и т.п. От ученого же ожидается, что он будет «един в трех лицах». При этом не принимается во внимание, что поиск средств на финансирование проекта вынуждает исследователя растрачивать свой творческий потенциал не на проведение исследований, а на решение организационных вопросов. Кроме того, по признанию многих исследователей научная

---

<sup>489</sup> Там же С.14

<sup>490</sup> Гребенщикова Е.Г. «Третья миссия» университета: от «второго типа» производства знания к «тройной спирали» инноваций// Ярославский педагогический вестник – 2011 – № 4 – Том I (Гуманитарные науки). –С.273

деятельность и деятельность по коммерциализации результатов исследований – это разные виды деятельности, требующие от человека наличия различных личностных качеств, и часто увлечение одним видом противоречит занятию другим. По меткому замечанию И.М. Рукиной, «ученый по своему характеру может быть интровертированным мономаном, увлеченным одной-единственной идеей, не признающим чужого мнения и не терпящим критики. Однако эти особенности характера не мешают ему быть ученым, в то время как хороший менеджер просто обязан по своей натуре быть экстравертированным, общительным, компромиссным и т.п. Кроме того, выполнение функций менеджера, поиск средств для финансирования исследований достаточно трудоемкий и затратный по времени процесс. В результате большинство ученых не в состоянии довести результаты своих исследований до стадии тиражирования инноваций, т.к. это означает для них уход из науки<sup>491</sup>.

Между тем этот, отмеченный многими исследователями разрыв в требуемых функциях и возможностях их выполнения одним человеком, или научным коллективом в целом, породил организации-посредники, которые, не располагая ни кадрами, ни необходимым оборудованием, ухитряются получать заказы и, соответственно, финансирование на проведение исследований и разработок. Часть этих денег тратится на привлечение учёных и специалистов из настоящих НИИ, результаты труда которых фирма-посредник выдаёт за свои<sup>492</sup>.

Следующим направлением трансформации научных институтов под влиянием инновационной экономики и установок инновационной культуры выступает появление у научных организаций характеристик промышленного производства. Тесная связь науки с производством, являющаяся неременным условием функционирования инновационной экономики и выполнение наукой производственной функции в условиях динамично развивающегося и постоянно изменяющегося в результате осуществления инновационной деятельности производства, постоянно нуждающегося в научных разработках привели к тому,

---

<sup>491</sup> Социология науки и технологий. – 2010. – Том 1. – № 2. – С.142

<sup>492</sup> Каблов Е. Наука как отрасль экономики // Наука и жизнь. – 2009. – №10. – С.6-10

что наука, сама, по сути, превращается в производственный процесс, а, значит, производство научного знания подчиняется логике производственного процесса. Инновационная экономика является современным этапом развития капиталистической экономики, а промышленное капиталистическое общество, по мнению Макса Вебера, в небывалой степени способствует развитию рациональности и рационализации общественных процессов с целью постоянного увеличения калькулируемости и управляемости поведением индивидов и институтов, и тем самым обеспечения наиболее эффективных средств для оптимальной организации практик и институтов общества. Наука, как социальный институт, также попадает под действие принципов рациональности, калькулируемости эффективности, предсказуемости и контроля. Так, Х. Гаслер и А. Шибани обращают наше внимание на то, что в последние годы беспричинно усилилась убежденность в измеримости и предсказуемости результатов научной деятельности<sup>493</sup>, в связи с чем поднимается вопрос о разработке методик подсчета эффективности фундаментальных исследований. Производство нового знания становится поточным, а процесс получения знания механизмуется, на что обращал внимание еще испанский философ и культуролог Х. Ортега-и-Гассет. В работе «Восстание масс» он писал: «Для успеха бесчисленных опытов достаточно разбить науку на крохотные сегменты, замкнуться в одном из них и забыть об остальных. Надежные и точные методы позволяют походя с пользой вылуцивать знание. Методы работают как механизмы, и для успешных результатов даже не требуется ясно представлять их суть и смысл»<sup>494</sup>. Одним из условий повышения производительности труда на производстве является разделение труда и узкая специализация. В науке происходят аналогичные процессы. Ученый все больше удаляется от универсализма и энциклопедизма и все больше становится узким специалистом. Это связано, с одной стороны, с тем, что объем знаний увеличивается в геометрической прогрессии и необходимость обработки постоянно увеличивающегося объема информации порождает групповые формы

---

<sup>493</sup> Гаслер Х., Шибани А. Непрактичная наука: как оценить результативность фундаментальных исследований //Форсайт. – 2011. – Том 5. – №1. – С.41

<sup>494</sup> Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс: Сб.: Пер. с исп. – М.:ООО Издательство АСТ, 2001. – С.105



работы, поскольку с задачей обработки больших объемов информации более эффективно справляется группа, а не отдельный человек. С другой стороны, создание принципиально нового знания сегодня сложно, и кроме того, по признанию исследователей наиболее продуктивны в этом плане сегодня междисциплинарные исследования, причем потенциальный эффект разработок тем выше, чем более отдалены друг от друга предметные области науки. В этой ситуации наиболее эффективной является опять-таки коллективная деятельность, особенно если в коллективе трудятся представители различных отраслей научного знания. Групповая или коллективная работа, в свою очередь, имеет свои механизмы повышения эффективности, к которым относится, в частности, разделение труда. Таким образом, от ученого в условиях преимущественно коллективной научной деятельности требуется сосредоточение на определенных функциях, а именно – специализация. Проблема появления узких специалистов в сфере науки также была отмечена Х. Ортегой-и-Гассетом еще в начале XX века. Описывая современного ему специалиста, испанский философ и культуролог оценивает его следующим образом: «это человек, который из всей совокупности знаний, необходимых, чтобы подняться чуть выше среднего уровня, знает одну-единственную дисциплину и даже в этих пределах – лишь ту малую долю, в которой подвизается. И даже кичится своей неосведомленностью во всем, что за пределами той узкой полоски, которую он возделывает, а тягу к совокупному знанию именует дилетантизмом. Другими словами, современная наука – опора и символ нашей цивилизации, благоприятствует интеллектуальной посредственности и способствует ее успехам»<sup>495</sup>. Между тем в результате усиления специализации общество рискует получить эффект обратный ожидаемому, а именно снижение качества инновационной деятельности. Так, уже наш современник футуролог Э. Тоффлер пишет: «несомненно, узкая специализация приносит хорошие дивиденды, однако она убивает неожиданность и воображение и плодит индивидов, которые боятся ступить за границы своей

---

<sup>495</sup> Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс: Сб.: Пер. с исп. – М.: ООО Издательство АСТ, 2001. – С.104

области и даже помыслить об этом бояться»<sup>496</sup>.

Второй аспект рассматриваемой проблемы взаимодействия научных и предпринимательских структур связан с формированием и функционированием глобальной науки, которая в условиях глобального рынка становится его частью<sup>497</sup>, а значит, оказывается включенной в сферу влияния субъектов мировых рыночных отношений. С одной стороны, процессы глобализации и интернационализации научного знания объективно обусловлены всеобщностью научного знания и технологических принципов. С другой стороны, глобализационные процессы XX в., стимулируемые в первую очередь экономическими интересами, привели к интернационализации хозяйственной жизни, что, в свою очередь, определило интернационализацию инновационных процессов и, соответственно, научной деятельности как одного из основных факторов осуществления инновационной деятельности. Так, характерной особенностью современного мира является кооперация различных стран через объединение ресурсов, международный трансфер технологий, создание мировой научно-инновационной инфраструктуры и т.п.

На глобальном уровне основными субъектами рыночных отношений и основным двигателем развития глобальной экономики являются транснациональные корпорации (ТНК). Они не только формируют спрос на инновационный продукт, но и способны нести расходы на его разработку. Так, в 90-е годы ТНК обеспечивали 80% частных расходов всего мира на исследования и разработки<sup>498</sup>. Корпорациям принадлежит решающая роль в интернационализации научных исследований и конструкторских разработок. С деятельностью ТНК связаны основные тренды в развитии мировой инновационной системы, оказывающие влияние на развитие науки и функционирование научных институтов. Первый тренд связан с разработкой инновационных технологий внутри самих компаний или под их прямым управлением и включение этих разработок в качестве неотъемлемой части своих

---

<sup>496</sup> Тоффлер Э. Революционное богатство. – М.: АСТ, 2008. – С.216

<sup>497</sup> Нурден Р. Глобальная мобильность: кочующая наука. URL:<http://oko-planet.su> (Дата обращения 14.05.2014)

<sup>498</sup> Danning S.H. The globalization of business: The Challenge of 1990. - L.; N.Y., 1994. – P.80

бизнес-процессов, для чего ТНК включают научные центры и лаборатории в свою организационную структуру. Большие финансовые возможности, а также гибкость и внимание к потребностям рынка позволяют соответствующим отделам корпораций опережать университеты как по объемам средств, идущих на ведение разработок, но и по выводу готовых продуктов на рынок. Кроме этого, ТНК все чаще вовлекают в свою инновационную деятельность традиционные исследовательские структуры – университеты, академические и отраслевые НИИ, тем самым, делая и их исследования частью своей научно-технической политики. В результате, в мире увеличивается количество научных институтов, принадлежащих производственным корпорациям, находящихся как внутри крупных компаний, так и под их прямым управлением, и обслуживающих, таким образом, интересы крупного бизнеса. Второй тренд связан с первым и заключается в сокращении государственных расходов на научные исследования, осуществляемым одновременно с увеличением финансирования со стороны предпринимательского сектора<sup>499</sup>.

Следствием этих процессов является активное вмешательство интересов бизнеса в процессы формирования и определения основных направлений научно-технической политики на уровне национальных государств, где государство постепенно уступает главенство в определении НТП бизнесу, в первую очередь, крупному, а также на мировом уровне.

Как правило, возрастание объемов вмешательства корпораций в организацию научной деятельности оценивается положительно, поскольку обладая большими финансовыми возможностями, ТНК способны выделять на ведение разработок значительные объемы средств, давая возможность государству постепенно сокращать бюджетное финансирование научной сферы. Кроме того, организуя исследования с применением технологии аутсорсинга, привлекая к ним ученых из различных стран и обеспечивая им доступ к своим технологическим программам, корпорации вольно или невольно способствуют распространению знаний и трансферу технологий, поскольку передают новейшие

---

<sup>499</sup> Инновации на стороне URL: <http://www.sibai.ru>. (Дата обращения 14.05.2014)

технологии своим предприятиям в других странах по внутрифирменным каналам, а также стимулируют обратный процесс движения знаний и технологий из филиалов в материнские компании. Однако невозможно не отметить и ряд негативных и потенциально опасных для развития науки (особенно национальной) последствий.

ТНК, прежде всего, являются коммерческими организациями, заинтересованными в получении прибыли и сохранении лидирующего положения на рынке, поэтому их участие в создании новых знаний строго ограничено стремлением обеспечить конкурентоспособность своей продукции. Из этих же соображений ТНК, пользуясь своим монопольным положением на рынке, могут сознательно подтасовывать результаты исследований, а иногда просто замораживают процесс получения новых знаний<sup>500</sup>.

Главные интересы ТНК и цели их функционирования могут идти в разрез, и как показывает мировая практика во многих случаях действительно не совпадают с интересами и целями государства, так как интересы промышленников узко специализированы, нацелены на решение узко корпоративных задач, ориентированы, в первую очередь, на получение собственной сиюминутной выгоды, а не на создание технологических открытий. Поскольку результаты исследований становятся в этом случае инструментом достижения интересов отдельных социальных групп, они могут не отражать интересы всего общества в целом.

Результаты проводимых для ТНК и в рамках ТНК научных исследований уже не могут выступать в качестве общественного блага, так как их общедоступность лишит ТНК конкурентных преимуществ. Между тем общедоступность научных знаний является главным принципом научной этики, и его нарушение ведет к нарушению процесса саморазвития научного мира и к стагнации в исследованиях. Это неизбежно включает «линию задержки» инноваций.

Корпорации, равно как и промышленные предприятия меньшего масштаба

---

<sup>500</sup> Каблов Е.Н. Наука как отрасль экономики // Наука и жизнь. – 2009. – №10. – С.6-10

не заинтересованы в финансировании и проведении фундаментальных научных исследований – ориентированных на долгосрочную перспективу и рискованных проектах, результаты которых отличаются высокой степенью неопределенности и необходимостью значительных затрат на получение нового знания.

Одной из особенностей ТНК является сознательное использование преимуществ международного разделения труда, а также возможностей доступа к ресурсам иностранных государств, в том числе в вопросах, касающихся использования научно-исследовательского потенциала принимающей страны. Так, одной из тенденций в осуществлении инновационных разработок ТНК является то, что компании стремятся сократить расходы на собственные НИОКР за счет увеличения объема инновационного аутсорсинга в основном в страны с более низким уровнем заработной платы в сфере науки. Между тем глобализация процессов аутсорсинга на этапе исследований и разработок инновационных продуктов приводит к постепенному усилению влияния ТНК на систему национальных исследований и образования, подчинению научно-исследовательских институтов национальных государств интересам ТНК, что в условиях зависимости успешности развития экономики от научных исследований способствует установлению контроля и над экономическим состоянием страны.

Высоко оцениваемое международное сотрудничество в этом случае, на наш взгляд носит односторонний характер, поскольку обмен знаниями может быть неравноценным. Так, И. Дежина в статье «Влияет ли глобализация на научную политику в России» положительно оценивает результаты сотрудничества российских ученых с зарубежными фондами, аргументируя это тем, что для российской стороны это возможность получения новых знаний, особенно в области технологического менеджмента и коммерциализации технологий, взаимная научная экспертиза, доступ к зарубежному опыту<sup>501</sup>. Однако она же отмечает, что для иностранных партнеров главным привлекательным фактором кооперации являются знания и квалификация российских ученых. Равноценность обмена специальных научных знаний на знания о достаточно широко известных

---

<sup>501</sup> Дежина И. Влияет ли глобализация на научную политику в России// Форсайт. – 2008. – №4 (8). – С.45

принципах технологического менеджмента, по нашему мнению, бесполезных в условиях отсутствия институтов коммерциализации результатов исследований при низком спросе на новые технологии со стороны промышленных предприятий, вызывает сомнения.

Процессы глобализации и интернационализации научной и инновационной деятельности порождают представления об универсальности принципов и механизмов вовлечения научных институтов в инновационную деятельность, а также форм взаимодействия научных и предпринимательских структур. В рамках этих представлений делается вывод о том, что странам с низким уровнем инновационной активности необходимо следовать опыту стран с развитой инновационной экономикой, копировать институциональные формы взаимодействия науки и промышленности. Так, одним из трендов развития инновационной системы в странах Европы и США на современном этапе является сокращение государственного финансирования науки. Профессор, почетный ректор Букингемского университета Т. Кили считает, что государству вообще не нужно финансировать науку, аргументируя это тем, что «чем больше страна осуществляет инвестиций в НИОКР, тем меньше становятся частные инвестиции. Чем больше правительство финансирует исследования, тем меньше приток частных денег, а исследования нужны частному сектору – это и придает импульс роста»<sup>502</sup>. Между тем необходимо отметить, что эти процессы реализуются в развитых странах после того, как государство в течение нескольких десятилетий осуществляло финансирование науки, а также после создания действующей экономической и правовой среды для преимущественно инновационного развития экономики, и институциональной основы для эффективного взаимодействия научных и предпринимательских структур. И даже при наличии развитых институтов, обслуживающих инновационную деятельность, представления об успешности рыночного саморегулирования в вопросах связи науки и предпринимательских структур ошибочны. Так, профессор Массачусетского

---

<sup>502</sup> Кили Т. Говорят, что наука – это общественное благо, и она должна быть доступна всем. Это ложная модель URL: //slon.ru (Дата обращения 14.05.2014)

технологического института, публицист и философ Ноам Хомский, анализируя государственную программу США по созданию новых технологий и их передаче в частный сектор, отмечает, что «масштабы программы быстро расширялись в период правления администрации Р. Рейгана, которая вышла за все мыслимые рамки, нарушая принципы рынка... При Рейгане главная исследовательская структура Пентагона ДАРПА, активно занималась внедрением в различных областях новых технологий... Это управление занималось также учреждением внедренческих компаний<sup>503</sup>. Журнал «Science» поместил статью, в которой отмечается, что при Рейгане и Буше «ДАРПА стало основной рыночной силой в передаче новых технологий нарождающимся отраслям промышленности». Администрация Рейгана, кроме того, в два раза увеличила защитные барьеры; она побила все послевоенные рекорды в области протекционизма»<sup>504</sup>. Но все это в политкорректных выражениях представляется как действие «невидимой руки рынка». Н. Хомский пишет также о курьезном случае, когда глава федеральной резервной системы А. Гринспен в 1998 г. выступая перед редакторами американских газет, «страстно говорил о чудодейственных свойствах рынка, об удивительных вещах, которые стали возможны благодаря тому, что потребитель проголосовал за них своим кошельком и т.д. Он привел несколько примеров: интернет, компьютеры, информационные технологии, лазеры, спутники, транзисторы. Курьезность ситуации состояла в том, что в списке были приведены классические примеры творческого потенциала и производственных возможностей государственного сектора экономики. Например, интернет в течение 30 лет разрабатывался, развивался и финансировался, главным образом, в рамках госсектора, в основном Пентагоном, затем национальным научным фондом: это относится к большей части аппаратных средств, программного обеспечения, новаторских идей, технологий и т.д. Только в последние два года она была передана таким людям, как Билл Гейтс, который заслуживает

---

<sup>503</sup> Хомский Н. Государства-изгои. Право сильного в мировой политике. – М.: Логос, 2003. – С. 239

<sup>504</sup> Речь идет не только о таможенной защите американских фирм от конкуренции японских наукоемких товаров. Огромны и прямые субсидии промышленным корпорациям. Как пишет Н.Хомский, «ежегодно каждый американский гражданин платит 200 долларов из своих налогов в пользу «Lockheed-Martin».

восхищения, по крайней мере, за свою честность: он объясняет достигнутый им успех способностью «присваивать и развивать» идеи других, а эти «другие», как правило, работают в госсекторе. В случае с интернетом предпочтения потребителя не играли почти никакой роли; и то же самое можно сказать применительно к ключевым этапам разработки компьютеров, информационных технологий и всего остального – если под словом «потребитель» не подразумевается американское правительство, то есть государственные субсидии»<sup>505</sup>.

Журналы «Fortune» и «Business Week», как отмечает Хомский, писали, что наукоемкая промышленность не может выжить «в условиях неограниченной, конкурентной, несубсидируемой экономики свободного предпринимательства» и что «правительство является единственным возможным ее спасителем»<sup>506</sup>.

Следование же тенденции сокращения государственного финансирования науки в странах с неразвитой инновационной инфраструктурой или при отсутствии эффективно работающих институтов инновационного развития (как, например, в современной России) либо разрушит науку, либо целиком подчинит ее интересам другого государства, через захват иностранными фирмами наиболее развитых и перспективных сегментов промышленного производства и научно-исследовательских структур принимающей страны. Более того, недостаточность бюджетного финансирования, императив коммерциализации результатов исследований при отсутствии механизмов коммерциализации будет способствовать оттоку ученых в страны, где уже созданы все возможности для проведения исследований и осуществляется их финансирование. В этом случае глобализация науки оказывается экономически выгодным процессом для стран с уже сформированными высокопродуктивными исследовательскими системами, получающими достаточное финансирование если не со стороны государства, то со стороны частного бизнеса, так как они выигрывают от возможности

---

<sup>505</sup> Хомский Н. Государства-изгои. Право сильного в мировой политике. – М.: Логос, 2003. – С. 239, 245.

<sup>506</sup> Кара-Мурза С.Г. Общество знания: переход к инновационному развитию России. URL:<http://www.rulit.me/books/obshchestvo-znaniya-perehod-k-innovacionnomu-razvitiyu-rossii-read-350318-20.html> C.11 (Дата обращения 13.05.2015)



глобальной мобильности иностранных ученых, которая, в свою очередь, помогает этим странам не только удерживать мировое лидерство в разработке инновационных технологий и продуктов, но и способствует преодолению слабости собственной образовательной системы. При этом приток высококвалифицированных ученых (как правило, лучших ученых) обеспечивается за счет их оттока из стран рождения. Так, в списке самых цитируемых ученых мира с 1981 по 2003 годы каждый восьмой родился в развивающихся странах, но 80% из них переехали в развитые страны (большей частью в США)<sup>507</sup>. Все это в совокупности способствует закреплению доминирующего положения отдельно взятых стран в глобальной экономике и науке.

Оптимистичные прогнозы о том, что в результате глобализации науки произойдет повышение уровня стран, отставших в научно-техническом развитии, в результате их приобщения к научным достижениям стран с высоким уровнем развития науки, на наш взгляд не оправданы. С позиции производителя инновационной продукции (имеющей определенный жизненный цикл) более выгодным оказывается неравномерность технологического развития различных регионов планеты. Эта неравномерность позволяет сбывать в регионы с более низким уровнем технологического развития под видом инновационной продукции, продукцию, которая в более развитых странах, уже находится на стадии ухода с рынка в виду своего устаревания. Восприятие ее в качестве инновационной в других странах позволяет продлить ее жизненный цикл и увеличить, таким образом, прибыль. Кроме того, закрепление неравномерности научно-технического развития позволит более развитым странам не только обеспечивать сбыт устаревших технологий, но и закрепить остальные страны в положении вечно догоняющих.

В целом включение научных институтов в инновационную деятельность в качестве важного субъекта инновационной экономики усиливают тенденцию к экстернализации науки, где под экстернализацией понимается зависимость

---

<sup>507</sup> Нурден Р. Глобальная мобильность: кочующая наука. URL: <http://oko-planet.su/> (Дата обращения 15.05.2014)

определения направлений научных исследований от внешних источников. В современном мире этими источниками, с согласия и поддержки государства и общества, выступают экономические интересы бизнеса, как мелкого, так и крупного. Под давлением экономических интересов происходят изменения в структуре научного знания, в целях и мотивах, нормативно-ролевых ожиданиях и подкрепляющих их ценностных императивов деятельности ученых, меняются направления их деятельности, которые задаются уже не самими учеными, а заказчиками, оплачивающими исследования, производство нового знания становится поточным, а процесс получения знания механизмуется. На глобальном уровне наука через включение ее в инновационные производственные процессы становится частью глобального рынка, в котором страны с хорошо финансируемыми исследовательскими системами занимают доминирующее, а в отдельных случаях монопольное положение. Активное вмешательство интересов бизнеса в процессы формирования и определения основных направлений научно-технической политики приводит к тому, что государство постепенно уступает главенство в определении НТП транснациональным корпорациям. Доминирование интересов ТНК в научных исследованиях приводит к сокращению финансирования фундаментальных исследований, процедура аутсорсинга к использованию интеллектуального потенциала в своих интересах и закреплению технологического превосходства одних стран над другими. Кроме того, наука, выступавшая в качестве элемента глобальной культуры, теперь становится частью глобального рынка и из общественного блага становится инструментом достижения интересов отдельных социальных групп.

Однако, как и в случае с образованием, отмеченные изменения не способствуют повышению качества инновационной деятельности, а препятствуют этому, поскольку появление радикальных инноваций происходит, как правило, благодаря открытиям фундаментальной науки, финансирование которой сокращается в пользу прикладной, а узкая специализация ученого может ограничивать возможности использования междисциплинарного подхода, лежащего в основе инновационной деятельности.

### 6.3 Искусство в процессах индустриализации и коммодификации.

Искусство, как было показано в п.2.3 аккумулировало в себе ценности, обеспечившие развитие инновационной экономики и поэтому составившие ценностно-нормативные основания инновационной культуры. Однако выступая в качестве структурного элемента инновационной культуры, попадая под воздействие самой инновационной культуры, сформированной в первую очередь под влиянием экономических интересов, искусство, регулируемое и направляемое ее ценностями претерпевает некоторые сущностные трансформации. Так, по мнению теоретика искусства Б. Е. Гройса, именно в искусстве и в философии в наиболее чистом виде действует экономическая логика и стратегии переоценки ценностей проблемы нового, а Джейми Пек обращает внимание на произошедшую коммодификацию искусства и культуры, которые сегодня выступают в качестве производительных активов и позитивных внешних эффектов креативного капитализма<sup>508</sup>.

Рассмотрим эти процессы более подробно.

Новизна и отрицание традиции, став качествами, которые можно оценить в материальном эквиваленте (например, в рамках инновационной экономики именно радикальная новизна товара обеспечивает его производителю монопольное положение на рынке, а значит, способствует максимизации прибыли) начинают влиять на принципы и направления развития искусства уже с помощью экономических стимулов и механизмов. Само требование нового, по мнению Б.Е. Гройса, принадлежит к области экономического принуждения, которое определяет функционирование цивилизации в целом. Он обращает внимание на то, что «производство нового является, прежде всего, экономическим требованием современной культуры, которая вознаграждает только нарушение табу, разрыв с условностями, протест, критику и эстетическую инновацию<sup>509</sup> и, таким образом, культурная инновация есть, прежде всего, экономическая, коммерческая, торговая операция с ценностями, которая

---

<sup>508</sup> Пек Дж. Укол креативности//Неприкосновенный запас. – 2013. – № 6 (92)

<sup>509</sup> Гройс Б.Е. Утопия и обмен. – М.:Издательство «Знак»,1993. – С.114

подчинена общей экономической логике современной цивилизации. Объясняя причины и механизмы возникновения нового в современном искусстве, Б.Е. Гройс связывает этот процесс не с эндогенными факторами, например внутренней необходимостью или проявлением человеческой свободы, не желающей мириться с существующими нормами и правилами, и не с таким экзогенными факторами как смена исторических эпох, смена поколений, или изменение условий жизни, а с требованиями современной культурной индустрии, извне навязывающей художнику или теоретику необходимость нового, если он хочет иметь в ней успех<sup>510</sup>. Параллели с обусловленностью производства нового в рамках инновационной экономики экзогенными факторами, к которым относятся высокий уровень конкуренции, перенасыщенность рынка товарами и услугами, состояния экономического цикла и т.п., а также стремлением к получению прибыли, на наш взгляд, очевидны.

Между тем последствия абсолютизации ценности новизны для искусства так же неоднозначны как и для инновационной экономики. По мнению известного психолога К. Мартиндейла, абсолютизация ценности новизны сегодня ведет к вымиранию самого искусства. Он аргументирует это положение следующим образом. «С одной стороны, искусство должно что-то изображать и о чем-то сообщать: из-за этого оно становится интересным и важным. С другой же стороны, искусство должно быть новым. Художнику невозможно повторять то, что уже было сказано или сделано. Требование постоянного роста новизны, непредсказуемости, или энтропии, ведет искусство к развитию по совершенно определенному пути. Если энтропия становится слишком большой, коммуникация оказывается невозможной, так как искусство оказывается малопонятным. Способа разрешить эту проблему не существует»<sup>511</sup>.

Другим негативным последствием императивной реализации принципа новизны в искусстве, на наш взгляд выступает следующее. Как отметил Б. Е. Гройс, рассматривая культуру с позиций аксиологического подхода, «любая

---

<sup>510</sup> Гройс Б.Е. Утопия и обмен. М.: Издательство «Знак», 1993. – С. 115

<sup>511</sup> Мартиндейл К. Эволюция и конец искусства как гегелианская трагедия// Психология. Журнал Высшей школы экономики. –2007. – Т. 4. – № 1. – С.112

инновация использует материал реальности, т.е. того банального, незаметного, вульгарного, случайного и т.д., что в каждый данный момент не входит в культурный канон, в установленную систему культурных ценностей»<sup>512</sup>. Таким образом, именно внекультурное представляет собой резервуар новых культурных форм и жестов. В таком случае механизмом создания инновации в сфере искусства является использование ранее считавшихся неценными элементов внешней реальности, в контексте ценной культурной традиции. В свою очередь, другие элементы, ранее считавшиеся ценными, отвергаются, возможно, под предлогом их традиционности и тем самым лишаются ценности. Но такие процессы запускают сначала в искусстве, а затем и в культуре в целом, процессы переоценки ценностей. Быстрые темпы и постоянный характер таких процессов, между тем вообще лишает понятие ценности своего смысла, ибо то, что сегодня было ценным, завтра перестает быть таковым. Кроме того, в поисках нового за пределами ценной культурной традиции современное искусство сталкивается с тем, что незадействованными до сих пор элементами оказываются наиболее табуированные в общественном сознании предметы и отношения. В погоне за культурной инновацией, они и вовлекаются в круг предметов искусства. Следствием этого выступает выпячивание аморального, асоциального, животного начала, ненормальных явлений, что в целом может быть обозначено как «децивилизационная динамика». Переоценка ценностей по отношению к такого рода явлениям имеет своим следствием не только деградацию искусства, но и деградацию культуры в целом.

Массовизация творчества, а также понимание творчества как процесса создания нового, в основе которого лежит цитатность, заимствование, комбинирование, закрепленное в общественном сознании, благодаря в том числе и установкам инновационной культуры, в приложении к искусству оказывает на него негативное влияние. Так, убежденность в доступности творческой деятельности для всех порождает не только и не столько поток желающих заниматься социально-востребованной творческой деятельностью в научно-

---

<sup>512</sup> Гройс Б.Е. Утопия и обмен. – М.: Знак, 1993. – С. 117

технической сфере или в рамках производственных процессов (поскольку это требует специальных знаний, и к тому же подразумевает объективную оценку как новизны, так и полезности, применимости), а стремящихся к самовыражению в сфере художественного творчества – в вокальном, танцевальном, искусстве и пр. Проникновение в сферу искусства большого числа дилетантов, у которых отсутствует необходимый уровень мастерства, снижает уровень художественных произведений, в том числе и потому, что именно дилетант начинает диктовать критерии вкуса. Агрессивно продвигаясь в культурное пространство, дилетантизм меняет приоритеты и устоявшиеся представления о том, что такое творчество, кто им может заниматься и в чем состоят критерии оценки подлинного искусства.

В целом, можно отметить процессы взаимовлияния и взаимопроникновения ценностей искусства в сферу бизнеса и наоборот. С одной стороны, бизнес приобретает характеристики, прежде свойственные искусству, что проявляется как в личностных особенностях участников экономических отношений, так и в процессах организации бизнеса, и в ценностных установках, регулирующих и направляющих осуществление инновационных процессов.

Так, Д. Брукс, обращая наше внимание на появление класса Бобо, так называемых, богемных буржуа, отличительной особенностью этого класса, считает их приверженность ценностям класса, противостоящего классу буржуазии – так называемой богеме. Традиционно ценности этих двух социальных слоев были кардинально противоположны друг другу. Так, буржуа высоко ценили деловые качества, порядок, постоянство, обычаи, рациональное мышление, самодисциплину и производительность, а богема пропагандировала творчество, бунтарство, новизну, самовыражение, нестяжательство и широкий жизненный опыт. Буржуа верили в естественный порядок вещей и ценность правил и традиций, а богема считала, что действительность можно постичь только фрагментарно через видения и откровения. Мир буржуа был миром коммерции и предпринимательства, а миром богемы – искусство. Буржуа размышляли логически, оперируя цифрами и количествами, а богема предпочитала интуитивный, органический способ мышления. Буржуазия стремилась к

ощутимому совершенствованию, а великой целью богемы было раздвинуть рамки собственной личности<sup>513</sup>. Писатель и журналист Малькольм Коули, сформулировал основные ориентиры богемы начала XX века в своей книге «Возвращение изгнанника». Богема, писал он, выдвигала следующие концепции: «спасение детей» – каждый из нас рождается с индивидуальными способностями, которые общество постепенно подавляет; «приоритет самовыражения» – цель жизни в том и состоит, чтобы полностью выразить свою внутреннюю индивидуальность; «необходимость жить сегодняшним днем»; «неограниченная свобода» – законы и устои необходимо расшатывать; «концепция перемены мест» – правду можно отыскать в дороге или по переезде в новое оживленное место<sup>514</sup>. Все эти концепции сегодня реализуются в жизни представителей среднего класса, буржуа, которые, провозгласив свободу и равенство, выработали правила экспрессивного индивидуализма, а также выработали характер, в котором желательными, даже обязательными достоинствами считаются стремление к новизне, расширение собственного «я» и личностный рост<sup>515</sup>. По замечанию Д. Брукса, Бобо – это высокообразованные люди, одной ногой стоящие в богемном мире творческой самореализации, другой же в капиталистическом царстве амбиций и всемирного финансового успеха.

В процессы организации бизнеса всюду – от США и Европы до Латинской Америки и Южной Кореи проникают установки постмодернизма: в бизнес-школах бизнесменам внушают, что они должны принять «постмодернистский менеджмент» и предлагают системы передачи данных для «постмодернистских предприятий малого бизнеса». В Лондонском университете или университете Саймона Фрейзера в Канаде студентам предлагают курсы «бизнес-этики постмодерна» и, кроме того, им настоятельно рекомендуют поехать в Лас-Вегас, чтобы увидеть постмодернистскую «ролевую модель бизнеса»<sup>516</sup>.

Модернистская и постмодернистская терминология и установки уже

---

<sup>513</sup> Цит. по Брукс Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита. – М: Ад Маргинем Пресс, 2013. – С.60 - 62

<sup>514</sup> Там же С.68-69

<sup>515</sup> Там же С.220-221

<sup>516</sup> Тоффлер Э. Революционное богатство. –М.: АСТ, 2008. – С.199

применяются и для анализа поведения потребителя. «Модернистское видение потребителей, – отмечает М.Томас, – представляет их как рациональных, планирующих, организованных, конформистских и, вероятно, лояльных. Постмодернизм смотрит на потребителей как на иррациональных, непоследовательных, противоречивых и, возможно, аморальных, но уж точно не моральных индивидуалистов»<sup>517</sup>.

Хотя институты инновационной экономики эксплуатируют, в зависимости от обстоятельств, ценности и романтизма, и модернизма, в большей степени инновационной экономике соответствуют, конечно, принципы постмодернизма. Так, американский литературовед Ихаб Хассан предложил обобщающую классификацию основных характеристик постмодернистского искусства, выражающую, по его мнению, культурную парадигму современности. К этим характеристикам относятся неопределенность, открытость, незавершенность; фрагментарность, тяготение к деконструкции, к коллажам, к цитациям; отказ от канонов, от авторитетов, ироничность как форма разрушения; утрата «Я» и глубины, ризома, поверхностность, многовариантное толкование; стремление представить не представимое, интерес к эзотерическому, к пограничным ситуациям; обращение к игре, аллегории, диалогу, полилогу; репродуцирование под пародию, травести, пастиш, поскольку все это обогащает область репрезентации; карнавализация, маргинальность, проникновение искусства в жизнь; перформенс, обращение к телесности, материальности; конструктивизм, в котором используются иносказание, фигуральный язык; имманентность<sup>518</sup>. Значительная часть выделенных Хасаном характеристик подходит для описания экономических отношений в инновационной экономике.

Например, неопределенность, открытость, незавершенность в полной мере применимы и для характеристики современной экономики. Как обращает внимание З. Бауман, «Устойчивой экономики, рассматриваемой в XIXв. как идеал экономики, мы не достигнем никогда. Одна из самых главных причин

---

<sup>517</sup> Ильин В. И. Поведение потребителей. Краткий курс. – СПб.: Питер, 2000. –С 37

<sup>518</sup> Hassan f. Postmoderne heute // Wege aus der Moderne: Schlussetexte der Postmoderne -Diskussion / hrsg.von Wollfgang Welsch. – Berlin, 1994. – S. 47-56.



состоит в том, что вопреки ожиданиям, человеческие нужды не являются постоянной величиной. Чем больше они удовлетворяются, тем быстрее они растут. Экономика не обеспечивает полного удовлетворения человеческих потребностей, так как сама современная экономика направлена на формирование новых нужд и потребностей, которых не было ранее»<sup>519</sup>. Таким образом, открытость и незавершенность становятся характеристикой современных экономических процессов, а неопределенность провоцируется постоянной инновационной деятельностью.

Фрагментарность, тяготение к деконструкции, к коллажам, к цитациям используется при реализации, так называемой, комбинаторной креативности, когда идея нового продукта возникает из комбинирования различных элементов уже существующих продуктов, или в технологии «брокеринга идей», как методики поиска креативных идей.

Отказ от канонов, от авторитетов можно считать необходимым качеством, так называемой, инновационной личности, поскольку одной из черт, присущих творческим людям является независимость, проявляющаяся в том, что личностные стандарты оказываются важнее стандартов группы и неконформизм в оценках и суждениях.

Стремление представить непредставимое выступает одним из приемов стимулирования креативности (например, в такой технике как синектика, где используются фантастические аналогии), а обращение к игре можно отметить в таких техниках развития инновационного мышления как «Инновационная игра» В.С. Дудченко и «Организационно-деятельностные игры» Г.П. Щедровицкого.

Принцип «свободы творчества», являющийся, по словам М.С. Кагана, главной художественной ценностью,<sup>520</sup> становится ценностью инновационной экономики.

По мнению Ж. Липовецки «Более ста лет капитализм раздираем глубоким откровенным кризисом культуры, который можно обозначить одним словом —

---

<sup>519</sup>Бауман З. Текучая модерность: взгляд из 2011 года URL:<http://polit.ru/article/2011/05/06/bauman/>(Дата обращения 13.05.2015)

<sup>520</sup> Каган М.С. Философская теория ценности [Текст]/М.С. Каган. - СПб.: ТОО ТК Петрополис, 1997. С.144

модернизм, представляющий собой новую художественную логику, основанную на распрях и перерывах в развитии, подчеркивающую отрицание традиций, культ новизны и перемен»<sup>521</sup>. Но, на наш взгляд, в инновационной экономике капитализму удалось инкорпорировать ценности антитрадиционализма, новизны и перемен в принципы своего функционирования таким образом, что именно реализация этих принципов является непременным условием его развития в современных условиях.

С другой стороны, во взаимодействии искусства и бизнеса можно отметить и обратное направление, а именно проникновение предпринимательских установок, интересов, мотивов и способов организации деятельности в сферу искусства. Так, результатом синтеза искусства и бизнеса, под влиянием установок инновационной культуры выступает появление так называемых креативных или творческих индустрий, рассматриваемых в качестве одного из ключевых секторов современной экономики. Креативные индустрии включают в себя сферы, большинство из которых традиционно относились к искусству: музыку, изобразительное и исполнительское искусства, литературу, ремесла, кино, моду, и издательское дело, рекламу, дизайн, архитектурное проектирование, интернет и мультимедиа. Министерство культуры, информации и спорта Великобритании в 2001 году официально определило творческие индустрии как «...деятельность, в основе которой лежит индивидуальное творческое начало, навык или талант, и которая несет в себе потенциал создания добавленной стоимости и рабочих мест путем производства и эксплуатации интеллектуальной собственности». Ключевыми моментами концепции креативных индустрий является то, что они базируются на творческих, художественных способностях индивидов, действующих в союзе с менеджерами и технологами для создания рыночных продуктов, экономическая ценность которых заключена в их культурных (или «интеллектуальных») свойствах. Основным субъектом деятельности в рамках креативных индустрий выступает так называемый «культурный и творческий

---

<sup>521</sup> Липовецки Ж. Эра пустоты эссе о современном индивидуализме. перевод с французского В.В.Кузнецова. - СПб.: издательство «Владимир Даль», 2001. - С.122

предприниматель, которого можно охарактеризовать как человека, использующего предпринимательские принципы для осуществления своей творческой деятельности на коммерческой основе»<sup>522</sup>. Креативные индустрии, занимая промежуточное положение между искусством и экономикой, обеспечивают, по мнению их апологетов, развитие и искусства и экономики. Так, они облегчают доступ к разнообразным ресурсам, к аудитории, зрителям, посетителям, читателям и т.п., делают творчество массовым, вследствие чего оно перестает быть прерогативой профессиональных художников и артистов. С точки зрения экономики, креативные индустрии представляют собой новый, быстро растущий сектор в экономике, а значит, способствует увеличению количества рабочих мест, социальному возрождению, а также возрождению городов, обеспечивая доступ к глобальным рынкам<sup>523</sup>.

Таким образом, инновационная культура в соответствии с обозначенной в диссертационном исследовании структурой проявляет себя и в сфере искусства, где можно заметить полное подчинение творчества экономическим интересам, коммодификацию искусства. Взаимопроникновение искусства и бизнеса ведет к появлению гибридных форм, таких как креативные индустрии, постмодернистский менеджмент, курсы «бизнес-этики постмодерна», концепция жизненного стиля представителей среднего класса, так называемых, Бобо. Однако если проникновение ценностей искусства оказывает на бизнес стимулирующее воздействие, позволяет открыть новые сферы экономической деятельности, новые модели организации бизнеса, то есть действует позитивно, то проникновение экономических мотивов и ценностей в сферу художественного творчества, делает его все более утилитарным, подчиняет свободу творческого самовыражения требованиям рынка, увеличивает уровень дилетантизма, делает язык искусства либо слишком упрощенным, либо все более сложным и все менее понятным для восприятия, и, таким образом, оказывает негативное воздействие на искусство.

---

<sup>522</sup> Матеевская М.В. Культурные индустрии как инновации в культуре, менеджменте, технологиях. //Сборник трудов научно-практической конференции факультета менеджмента 22-23 марта 2011 г. – СПб., 2011. – С. 96 - 105

<sup>523</sup> Браун Дж. Культурные индустрии. Выявление культурных ресурсов территории. URL:<http://www.cpolicy.ru/> (Дата обращения 13.11.2015)

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Культурологическое исследование проблемы инновационной культуры предполагает разработку двух равноценных и взаимосвязанных аспектов. К первому можно отнести решение общетеоретических проблем выявления методологических основ исследования процессов формирования и функционирования инновационной культуры, выделения ее структурных элементов, раскрытия их содержательных характеристик. Вторым аспектом выступает анализ конкретного историко-культурного материала, на котором строится соответствующая теоретическая схема. В рамках своего исследования диссертант считал возможным объединение этих аспектов, поскольку только такой комплексный подход позволяет рассмотреть инновационную культуру как системный феномен, как саморегулирующуюся подсистему общественного бытия человека, представляющую собой совокупность взаимосвязанных элементов, формирующуюся в результате его деятельности в конкретно-исторических условиях и обеспечивающую свое воспроизводство благодаря механизмам трансляции и трансмутации культурных элементов.

Авторское понимание инновационной культуры, разрабатываемое в диссертации, связано с раскрытием ее системного характера, проявляющегося как при диахронном ее рассмотрении (она является этапом развития западной культуры и ее современным вариантом), так и при синхронном анализе этого феномена (ее структурными элементами выступают личность – деятельность – плоды этой деятельности и институты, обеспечивающие ее воспроизводство, а характер их взаимосвязи обеспечивает функционирование инновационной культуры как системы), обоснованием экономических детерминант ее возникновения, а также демонстрацией ее трансформирующего воздействия на разнообразные формы общественного бытия.

Данное исследование не является вполне завершенным. Инновационная культура, легитимизируя и стимулируя трансмутационные процессы практически во всех сферах общественной жизни, и, вовлекая в эти процессы социальные

институты, для которых обозначенные процессы были ранее не свойственны, поскольку их задачей была трансляция традиционных культурных форм, сама находится в процессе становления и трансформации. Необозримость поля реализации инновационной культуры, как в культурологическом, так и в географическом планах, ее незавершенность в историческом плане, провоцирует появление множества дивергентных дискурсов, касающихся как актуального на сегодняшний день состояния ее структурных элементов, так и прогнозирования направлений их развития в будущем; особенностей межкультурного взаимодействия инновационной и национальных культур, а также последствий этого взаимодействия; выявления национальных конфигураций инновационной культуры. Все это не позволяет сделать вывод об исчерпанности темы исследования. Целесообразно было бы провести компаративный анализ ценностных оснований инновационной культуры, и региональных или национальных культур с целью определить возможности и перспективы распространения инновационной культуры в глобальном масштабе без негативных последствий для национальных культур, в том числе – и для Российской культуры. Ждет исследования и проблема воздействия инновационной культуры на политическую сферу жизни общества.

Результаты настоящей диссертационной работы можно резюмировать в следующих выводах:

1. Существующие подходы к определению инновационной культуры как культуры, способствующей производству и распространению инноваций на уровне личности, организации и общества в целом отличаются бессистемностью и отсутствием методологических оснований анализа. Видимо, это обусловлено тем, что среди исследований инновационной культуры практически не встречаются непосредственно культурологические. Автором было предложено рассмотрение феномена инновационной культуры в рамках конвергенции аксиологического и деятельностного подходов к пониманию культуры. Это позволило не ограничиваться анализом нормативно-ценностных регулятивов инновационной культуры и выделить такие ее структурные элементы, как

совокупность личностных качеств, позволяющих человеку выступать в качестве субъекта инновационной культуры; виды деятельности, где эти качества проявляются в социально-одобряемых формах; предметная среда, выступающая совокупностью плодов этой деятельности; институты, обеспечивающие трансляцию и воспроизводство культуры.

2. Временные параметры появления термина инновационная культура, и интереса к соответствующему феномену позволяют отметить четкую обусловленность выделения феномена инновационной культуры и актуализации его исследований, особенностями развития глобальной экономики во второй половине XX века. Именно в это время использование инноваций, под которыми понимаются новые товары, услуги или технологии становится для предприятий одним из основных способов победы в конкурентной борьбе и сохранения своего места на рынке. В это же время появляются основные термины, описывающие различные элементы и аспекты функционирования инновационной экономики, такие как инновационная личность, инновационная деятельность, инновационная политика, инновационная среда и т.п. В череде этих терминов, инновационная культура представляет собой интегральное понятие для обозначения фактора формирования определенной социокультурной среды, обеспечивающей благоприятные условия для функционирования институтов инновационной экономики.

3. Анализ предпосылок формирования инновационной культуры продемонстрировал, что ценностные основания инновационной культуры, а также институты, обеспечивающие сегодня ее трансляцию, тип личности, обладающий востребованными в рамках инновационной экономики качествами, присутствовали в поле культуры западной цивилизации и ранее. Так, восприятие работника как человека, реализующего в труде свои творческие способности было сформулировано еще в XIIв. Развитие инновационной экономики, а значит, и формирование инновационной культуры стало возможным благодаря объединению научно-исследовательской деятельности и деятельности коммерческих предприятий. Зародившийся во второй половине XIX в.

утилитарный подход к образованию как к механизму воспроизводства рабочей силы, обусловил его рыночную ориентацию и возможность включения в инновационные процессы. Ценности инновационной культуры были легитимизированы в общественном сознании благодаря искусству романтизма и модернизма. Однако, как системный феномен инновационная культура сложилась в связи с появлением инновационной экономики, как результата развития капиталистической экономики в условиях формирования глобального рынка и отсутствия возможностей экстенсивного развития.

3. Экономическая ориентированность установок инновационной культуры делает закономерным рассмотрение инновационной личности прежде всего как субъекта экономических отношений, обладающего качествами, позволяющими ему эффективно действовать в экономических процессах производства и потребления. Анализ особенностей процессов производства и потребления в инновационной экономике позволил выделить следующие качества человека, релевантные современным экономическим условиям: потребность в новизне, лежащую в основе мотивации к производству, потреблению и в целом адекватному восприятию инновационной продукции; способность к творческой деятельности, без наличия которой невозможно создание нового, а значит, производство инноваций; рискованность как личностная диспозиция, основанная на восприятии риска как ценности, и заключающаяся в готовности или склонности к реализации рискованных форм поведения, как в процессах производства, так и в процессах потребления инновационной продукции; проявляющийся в процессах приобретения инновационной продукции повышенный уровень эмоциональности с присущими ей впечатлительностью, чувствительностью и импульсивностью; а также доминированием эмоционального компонента над рациональным в процессе принятия решения о приобретении инновационной продукции; умение не просто адаптироваться к изменениям (в частности рыночной конъюнктуры), вызванным постоянной инновационной деятельностью, и позитивно на них реагировать, но и выступать в качестве источника этих изменений.

Однако реализация этих качеств за пределами сферы экономических отношений способствует дестабилизации социальных отношений, потере контроля над социальными процессами, усилению неопределенности, увеличению количества рисков в современном обществе, его нестабильности и склонности к саморазрушению.

4. Потребность в формировании качеств инновационной личности заставляет трансформироваться систему образования как основной социальный институт, традиционно выполняющий функцию формирования личности и являющийся механизмом воспроизводства культуры. Изменения происходят на уровне образовательной парадигмы, касаются методов и технологий обучения, а также способов организации образовательной среды. В результате институт образования, где ранее доминировала функция трансляции, превращается в институт трансмутации. Однако имеющие своей целью формирование инновационной личности, эти изменения приводят к ухудшению качества образования и утрате содержательными аспектами образования своего значения в качестве инновационного ресурса.

5. Видом деятельности, где обозначенные нами качества инновационной личности реализуются в социально-одобряемой форме, является инновационная деятельность. Она может быть определена как включенный в организационные рамки производственных отношений, осуществляемый в процессе выполнения трудовых обязанностей особый вид творческой деятельности, результаты которого должны быть релевантны рыночным требованиям. Представляя собой результат взаимопроникновения трудовой деятельности в рамках института производства и творческой деятельности, инновационная деятельность трансформирует содержательные характеристики и способы организации и труда и творчества. Изменения в системе трудовых отношений носят следующий характер. Система социально-трудовых отношений трансформируется в направлении утилизации творческого потенциала человека через его подчинение капиталу, создаются новые формы занятости, позволяющие работодателю максимально использовать творческий потенциал работника при минимуме



социальных гарантий со своей стороны, социальная роль работника приобретает сущностные характеристики инновационной роли. Декларативная гуманизация трудового процесса на деле оборачивается скрывающимися за словами о возможностях самореализации и самовыражения на рабочем месте, свободе организации рабочего места и времени, отсутствии необходимости подчиняться организационной иерархии и т.п. усилением эксплуатации работника и отказом работодателя от всякого рода социальных обязательств по отношению к нему. Кроме того, инновационная деятельность превращает институт производства, наряду с наукой и образованием, в институт трансмутации, с одной стороны как институт, стимулирующий творчество (работников), а с другой стороны, транслирующий новое знание и тиражирующий его в инновационной продукции и технологиях. Отношение к творчеству как компоненту инновационной деятельности становится прагматичным и утилитарным, творческие способности теряют статус исключительности и позиционируются как массовое явление, творческие процессы технологизируются, в них проникают принципы рационализации и, систематизации, калькулируемости эффективности, свойственные прежде производственным процессам.

6. Воплощаясь в принципах организации материального производства, инновационная культура изменяет конъюнктуру производства, обуславливая доминирование модифицирующих инноваций, над радикальными; изменяет направленность взаимодействия между спросом и предложением, где предложение предшествует спросу, в связи с чем спрос формируется целенаправленно при помощи соответствующих маркетинговых технологий; маркетинговые технологии, которые становятся не только все более изощренными, воздействующими на когнитивные процессы, такие как процессы мышления, восприятия, воображения, ощущения, памяти, но и более системными, стимулирующими уже не единичный акт покупки, а формирующими стратегии и стандарты потребления в целом; скорость процессов производства и потребления, которая все больше увеличивается, формируя и у производителей, и у потребителей привычку жить в мире, в котором вещи быстро заменяются новыми;

потребление новых товаров приобретает функцию самовыражения и самоутверждения, ранее выступающую характеристикой не процессов потребления, а процессов производства.

В свою очередь, освоение формируемой материальным производством, с рассмотренными выше особенностями, окружающей среды, влияет на изменение человеческих качеств и социальных отношений по следующим направлениям: постоянное ускорение производства инновационных товаров и услуг закрепляет стремление к новизне и делает эту потребность принципиально неудовлетворяемой, однако, направляет временное удовлетворение этой потребности по наиболее легкому пути – пути пассивного получения новых впечатлений в процессе потребления инновационных товаров и услуг. Это может снизить стремление к удовлетворению потребности в новизне путем самостоятельного создания нового, а значит, сократить число инновационных личностей как производителей инновационной продукции

- основной характеристикой человеческих отношений и принципов функционирования социальных институтов становится краткосрочность;

- удовлетворение потребности раньше ее актуализации приводит к отсутствию у человека необходимости саморазвиваться, массовой актуализации «нормальных психических расстройств», личностной недоразвитости.

В целом изменения, вносимые в принципы организации материального производства, имеют негативный характер, поскольку замыкают производство на усовершенствовании уже существующего в ущерб производству принципиально нового, чем провоцируют стагнацию. Соответствующие изменения в культуре потребления также можно оценить негативно, так как удовлетворение потребности раньше ее актуализации приводит к отсутствию у человека необходимости в саморазвитии, массовой актуализации «нормальных психических расстройств», личностной недоразвитости, что лишает инновационную экономику потенциальных производителей. Эти же последствия имеет перенос функции самовыражения и самоактуализации из процессов производства в процессы потребления.

7. Наука, занимающая благодаря развитию инновационной экономики двойственное положение, в качестве важнейшего элемента и духовного и материального производства, с одной стороны, сохраняет и упрочивает свое положение института трансмутации. С другой стороны, включение научных институтов в инновационную деятельность в качестве важного субъекта инновационной экономики усиливает тенденцию к экстернализации науки, где под экстернализацией понимается зависимость определения направлений научных исследований от внешних источников, которым являются интересы бизнеса. Под давлением экономических интересов происходят изменения в структуре научного знания, в целях и мотивах, нормативно-ролевых ожиданиях и подкрепляющих их ценностных императивах деятельности ученых. Меняются направления их деятельности, которые задаются уже не самими учеными, а заказчиками, оплачивающими исследования. Производство нового знания становится поточным, а процесс получения знания механизмуется. Как и в случае с образованием, отмеченные изменения не способствуют повышению качества инновационной деятельности, а препятствуют этому, поскольку появление радикальных инноваций происходит, как правило, благодаря открытиям фундаментальной науки, финансирование которой сокращается в пользу прикладной, а узкая специализация ученого может ограничивать возможности использования междисциплинарного подхода, лежащего в основе инновационной деятельности.

8. В сфере искусства наблюдаются процессы аналогичные процессам, происходящим в сфере науки. Творчество полностью подчиняется экономическим интересам, следствием чего становится коммодификация искусства. Взаимопроникновение искусства и бизнеса вызывает к жизни некие гибридные формы, такие как креативные индустрии, постмодернистский менеджмент, курсы «бизнес-этики постмодерна», концепция жизненного стиля представителей среднего класса. В целом проникновение ценностей искусства оказывает на бизнес стимулирующее воздействие, позволяет открыть новые сферы экономической деятельности, новые модели организации бизнеса, то есть

оказывает позитивное воздействие. Проникновение же экономических мотивов и ценностей в сферу художественного творчества, делает его все более утилитарным, подчиняет свободу творческого самовыражения требованиям рынка, увеличивает уровень дилетантизма, делает язык искусства либо слишком упрощенным, либо все более сложным и все менее понятным для восприятия, и, таким образом оказывает негативное воздействие на искусство.

Освоение окружающей среды, формируемой инновационной экономикой, вкупе с наукой и искусством вызывает формирование новых ценностных моделей, ориентированных на поверхностный эффект, изменение базовых парадигм восприятия мира, таких как преобладание перемен над состоянием стабильности, постоянное обновление, антиценность традиции, краткосрочность социальных связей и отношений, доминирование иррационального компонента в поведении и деятельности.

Таким образом, инновационная культура является сложным и не поддающимся однозначной оценке феноменом, и тем более не является исключительно позитивным феноменом, стратегическим фактором развития общества в положительном направлении. Наряду с положительными последствиями развития инновационной культуры, такими как усиление внимания к творческим способностям человека и включением их в производственную деятельность, ускорение темпов НТП, улучшение качества удовлетворения потребностей, повышение уровня жизни, во всех направлениях реализации инновационной культуры можно отметить негативные последствия как для личности, так и для общества в целом. Некоторые из последствий разворачивания инновационной культуры не только усугубляют негативные явления, существующие в современном обществе, такие как риск, неопределенность, непрогнозируемость последствий изменений и т.п. но и противоречат процессам развития инновационной экономики.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Абрамов, Р.Н. Менеджериализм и академическая профессия. Конфликт и взаимодействие [Текст]/Р.Н. Абрамов //Социологические исследования (СОЦИС). – 2011.– № 7.– С. 37–47.
2. Абрамов, Р.Н. Менеджериализм: экономическая идеология и управленческая практика[Текст]/ Р.Н. Абрамов //Экономическая социология.– 2007. –Т. 8. № 2.– С.92-101
3. Автономов, В.С. Модель человека в экономической науке [Текст]/ В.С. Автономов.– СПб: Экономическая школа,1998.–230с.
4. Агапова, И.И. История экономической мысли: Курс лекций[Текст]/И.И. Агапова.– М.: Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ». Издательство ЭКМОС, 1998. –248 с.
5. Азгальдов, Г.Г. К вопросу о термине «инновация» [Электронный ресурс]/Г.Г. Азгальдов, А.В. Костин. – Режим доступа: [http://www.labrate.ru/articles/azgaldov-kostin\\_doklad\\_2009-2\\_about-innovation.htm](http://www.labrate.ru/articles/azgaldov-kostin_doklad_2009-2_about-innovation.htm)
6. Акулич, М.В. Корпоративная инновационная культура: управление инновациями и развитие воображения[Текст]/ М.В. Акулич // Управление корпоративной культурой.–2011.–№4.–С.282-289.
7. Акулич, М.М. Традиционная и инновационная культура в полиэтническом обществе[Текст]/М.М. Акулич// Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология.– 2010.–№3.– С. 34–40.
8. Амабайл, Тереза М. Как убить творческую инициативу[Текст]/ Тереза М. Амабайл //Креативное мышление в бизнесе/Пер.с англ –Альпина Бизнес Букс. –М.: Альпина Бизнес Букс,2006. –С.9–36.
9. Ананьева, А.А. Инновационная экосреда исследовательских университетов: конфликт интересов и роль экономистов[Текст]/А.А. Ананьева, А.С. Чертенкова, Т.В. Захарова// Вестн. Том. гос. ун-та. Экономика.– 2014.– №1(25).– С.139–155
10. Анисимов, Н.М. Инновационная культура учителя: учебное пособие[Текст]/Н.М. Анисимов.– М.: МАНПО,1999.–278с.

11. Анри, Ж.П. От идеи до рынка: Семь ступеней к инновациям на малых и средних предприятиях[Текст]/ Ж.П. Анри // Инновации. –2000.–№3–4.
12. Антонова, И.В. Инновационная культура как важнейшее условие развертывания инновационных процессов в российской экономике[Текст]/И.В. Антонова//Вестник тюменского государственного университета. Социально–экономические и правовые исследования.–2003.–№1.–С.176–181
13. Архипов, А.Ю., Евграфова О.В., Зотова Т.А., Королев В.К. Экономическая культура. – Ростов н/Д.: Изд-во Рост.ун-та, 2006. – 288 с.
14. Афанасьев, И.А. Потребление рисков: социально–философский аспект[Текст]/ И.А. Афанасьев // Потребление как коммуникация – 2009: Материалы 5 международной конференции (26–27 июня 2009 г.) Факультет социологии СПбГУ. Фонд «Интерсоцис». –2009.–С.23–25.
15. Афанасьева, В.В. Общество перепотребления[Текст]/ В.В. Афанасьева, В.Г. Туркина // Потребление как коммуникация. – 2009: Материалы 5 международной конференции (26–27 июня 2009 г.) Факультет социологии СПбГУ. Фонд "Интерсоцис". –2009. –С. 20–23.
16. Афанасьева, Е.Д. Инновационная культура педагогов[Электронный ресурс]/Е.Д. Афанасьева, Л.Г. Борисова.– Режим доступа: [http://www.websib.ru/noos/sociology/t\\_afanaseva](http://www.websib.ru/noos/sociology/t_afanaseva);
17. Афонькина, Ю. А. Технология психолого–педагогической оценки развития детей раннего возраста[Текст]/ Ю.А. Афонькина // Инновации и современные технологии в системе образования: материалы международной научно–практической конференции 20–21 февраля 2011 года 2011 года. – Пенза – Ереван – Шадринск: Научно–издательский центр «Социосфера», –2011. –317с .– С.84–86.
18. Ахалая, О.А. Инновационная культура как элемент организационных изменений[Текст]/ О.А. Ахалая // Труды СПбГТУ. –2013.–№515. –С. 108–113.
19. Ашмарин, И.И. Человек в пространстве инноваций[Электронный ресурс]/И.И. Ашмарин. – Режим доступа: <http://iph.ras.ru/page50760415.htm>
20. Багаряков, А. В. Исследование экономической безопасности в аспекте

взаимосвязи «инновационная безопасность — инновационная культура» [Текст]/А.В. Багаряков, Н.Л. Никулина// Экономика региона.–2012.– №4.– С.178–183

21. Баева, Л.В. Ценности изменяющегося мира: экзистенциальная аксиология истории: Монография[Текст]/Л.В. Баева.– Астрахань: Изд-во АГУ, 2004.– 278с.

22. Бакиров, В.С. Университет в поисках новой стратегии[Текст]/В.С. Бакиров// Университеты и общество: Сотрудничество университетов в XXI веке: сборник тезисов Второй межд. Конференции университетов. МГУ им. М.В.Ломоносова, 27–28 ноября 2003 г. – М.: Изд-во МГУ, 2003.

23. Баркер, А. Алхимия инноваций[Текст]/А. Баркер. Пер.с англ. А. Р. Ханукаева. – М.: Вершина, 2003. – 224с.

24. Барнетт Р., Миддлхерст Р. Потерянная профессия [Текст]/Р. Барнетт, Р. Миддлхерст // Высшее образование в Европе. –1993. – №4. –С.133–155

25. Барышева, А.В. Человек и инновационная культура[Текст]/А.В. Барышева// Вестник Академии. –2014.–№1.– С. 69–72.

26. Бауман,З. Индивидуализированное общество / Пер. с англ. под ред. В. Л. Иноземцева[Текст]/З. Бауман.– М.: «Логос», 2005.–390с.

27. Бауман, З. Глобализация. Последствия для человека и общества. [Текст] / З. Бауман. – М: Весь мир, 2004. – 188с.

28. Бауман, З. Текучая модерность: взгляд из 2011 года[Электронный ресурс]/З. Бауман.– Режим доступа: <http://polit.ru/article/2011/05/06/bauman/>

29. Бауман, З. Текучая современность[Текст] / З. Бауман. – СПб: Питер, 2008.–240с.

30. Бек, У. Общество риска. На пути к другому модерну. [Текст] /У. Бек/Пер. с нем. В. Седельника и Н. Федоровой; Послесловие А. Филиппова. – М.: Прогресс – Традиция, 2000. – 384 с.

31. Белаш, О. Ю. Маркетинговая деятельность технического университета / О. Ю. Белаш, Н. Г. Рыжов, М. Ю. Шестопапов // Инновации. 2011. № 3 (149).С. 12–17.

32. Беликова, И.П. Инновационное развитие и инновационная культура[Текст]/И.П. Беликова//сб. Социально–экономические и инновационные аспекты развития региона.–2009. С. 35–38.
33. Березанская, Н.Б. Креативность в структуре инновационной деятельности личности[Текст]/ Н.Б. Березанская //Инновации.– 2011. –№1.–С.99–101.
34. Беркун, С. Откуда берутся гениальные идеи? 10 мифов об инновации[Текст]/С. Беркун. СПб.: Питер,2011. –208с.
35. Бернс, Г. Разрушители стереотипов: когда и как можно нарушать общепринятые правила и выходить победителем[Текст]/Г. Бернс; Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс,2009.–249с.
36. Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей. 10–е изд. [Текст]/Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Энджел / Пер. с англ. – СПб.: Питер,2007. –944 с: ил. – (Серия «Классический зарубежный учебник»).
37. Боброва, Л.А. Инновационная культура преподавателя как основа нововведений в образовательной сфере[Текст]/Л.А. Боброва// Теория и практика современного профессионального образования.– 2014.– Т. 1.– № 2.– С. 66–70.
38. Бодункова, А.Г. Проблемы реализации стратегических приоритетов ВУЗов на основе фрактального подхода [Текст]/ А.Г. Бодункова, И.П. Чёрная // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований.– №1. – 2015.– С.97–102.
39. Боков, Л.А., На пути к предпринимательскому университету [Текст]/Л.А. Боков, А.В. Кобзев, А.Ф. Уваров, Ю. А. Шурыгин// Инновации. – 2011. – №4. – С.11–17
40. Большой энциклопедический словарь[Текст] / Гл. ред. А. М. Прохоров. Изд. 2–е, перераб. и доп. –М., СПб,2000.–1456с.
41. Борейшко, А.А. Роль особых экономических зон в формировании инновационного менталитета населения[Текст]/ А.А. Борейшко, А.Н.Цветков // Социология науки и технологий. –2011. Том 2. –№ 1. –С.75–82.
42. Бос, Э. Как развивать креативность[Текст]/ Э.Бос: пер. с нем.



Петросян К.А. – Ростов н/Д.:Феникс,2008.–189с.

43. Бочкарев, А.И. Инновационная культура личности – доминантное преимущество в профессиональной деятельности[Текст]/А.И. Бочкарева, Т.С. Бочкарева// Синергетика природных, технических и социально–экономических систем. – 2010.–№ VIII.– С. 153–162.

44. Бочкарева, Т.С. Мультидисциплинарные дидактические комплексы как средство формирования инновационной культуры студентов вузов[Текст]: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук /Т.С. Бочкарева/ Тольяттинский государственный университет. Тольятти, 2008

45. Брукс, Д. Бобо в раю: откуда берется новая элита[Текст]/Д. Брукс. – М: Ад Маргинем Пресс, 2013. –296с.

46. Буйко, В.В. Инновационная культура в управлении промышленными предприятиями: диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук[Электронный ресурс]/ В.В. Буйко.– Режим доступа <http://www.dissercat.com/>

47. Бурдьё, П. О телевидении и журналистике[Текст]/П. Бурдьё/ Пер. с фр. Т.Анисимовой, Ю. Марковой; Отв. ред., предисл. Н.Шматко.— М.: Фонд научных исследований «Прагматика культуры», Институт экспериментальной социологии, 2002. – 160с.

48. Бурдьё, П. Формы капитала[Электронный ресурс] /П. Бурдьё.– Режим доступа: <http://www.gtmarket.ru>

49. Бухараев, В.М. Классический университет: откуда и куда [Текст]/В.М. Бухараев// Казанский университет как исследовательское и социокультурное пространство. – Казань, 2005

50. Бычков, А.В. Инновационная культура[Текст]/А.В. Бычков// Профильная школа.– 2005.–№6.– С. 33–38.

51. Валеева, А.Ф. Инновационная культура как фактор развития предпринимательской активности работников производства в условиях формирования рыночных отношений: диссертация на соискание ученой степени

кандидата социологических наук [Электронный ресурс]/А.Ф. Валеева.– Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/innovatsionnaya-kultura-kak-faktor-razvitiya-predprinimatelskoi-aktivnosti-rabotnikov-proizv>

52. Валицкая, А.П. Образование в России: стратегия выбора[Текст]/ А. П. Валицкая . – СПб.: Изд-во РГПУ,1998. – 127 с.

53. Василенко, Н.Д. Особенности инновационной культуры в неолиберальном обществе[Текст]/Н.Д. Василенко// Экономика и право. XXI век. – 2013.– № 2.– С.171–178

54. Вахитов, Р. Служилый российский университет[Текст]/Р. Вахитов// Отечественные записки.– 2012.– №5 (50)

55. Вахрушев, Д.С. Инновационная среда как значимый фактор формирования инновационной экономики: институциональный подход[Текст]/ Д.С. Вахрушев // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и экологический менеджмент. –2015.–№1.–С.5–8.

56. Вербицкий, А.А. Кросс–культурный контекст образования и становление новой педагогической парадигмы[Текст]/ А.А. Вербицкий //Высшее образование сегодня.–2008. –№ 8.–С.28–31.

57. Вильховченко, Э. Прогресс труда на современном этапе НТР (соотношение детерминизма технологического, организационного и социокультурного) (статья вторая) [Текст]/ Э. Вильховченко // Международные экономические отношения.–1992. –№ 8. –С.57 –68.

58. Винокуров, В. И. Основные термины и определения в сфере инноваций[Текст] / В.И. Винокуров // Инновации. –2005. –№ 4. –С. 6–22.

59. Воденко, К.В. Научно–инновационная деятельность студентов и инновационная культура личности: особенности взаимосвязи[Текст]/К.В. Воденко// Проблемы и задачи организации научно–исследовательской работы студентов вузов. Материалы семинара–совещания в рамках Всероссийского смотр–конкурса научно–технического творчества студентов высших учебных заведений «Эврика – 2007», 21–22 ноября 2007 г., г. Новочеркасск, 2007.– С. 38–40.

60. Волков, А.Е. Российское образование — 2020: модель образования для инновационной экономики[Текст]/ Я.И. Кузьминов, И.М. Реморенко, Б.Л. Рудник, И.Д.Фрумин, Л.И.Якобсон //Вопросы образования. – 2008.–№1.–С.32–65.
61. Волков, А.Е. Ставка на новое содержание[Электронный ресурс]/А.Е. Волков, Д.В. Ливанов.– Режим доступа: <http://vedomosti.ru> 03.09.2012
62. Вольвач, В. Г. Инновационная культура вуза как объект социального управления [Текст]/В.Г. Вольвач.– Новосибирск: изд-во НГПУ,2010.– 223 с.
63. Восканян, М. А. Креативный класс еще одна маска неолиберализма// Однако. М., 2014. № 4–5.
64. Выстроим взаимодействие между миром труда и миром образования через программу Tempus. Европейская Комиссия Генеральный Директорат по вопросам культуры и образования[Текст]//Люксембург: Бюро Официальных Публикаций Европейских сообществ. – 2007.
65. Гайнутдинова, И. М. Предпринимательский вуз как перспективная модель развития высшего образования в России в условиях глобализации и международной интеграции[Электронный ресурс]/И.М. Гайнутдинова.– Режим доступа: <http://www.dissercat.com>
66. Галажинский, Э.В. Инновационный потенциал личности: содержание, структура, пути развития[Электронный ресурс]/Э.В. Галажинский.– Режим доступа: [http://www.raop.ru/content/Otdelenie\\_psihologii\\_i\\_fiziologii.2011.06.15](http://www.raop.ru/content/Otdelenie_psihologii_i_fiziologii.2011.06.15).
67. Гапонюк, П.Н. Функции образования как социально–экономической системы[Электронный ресурс]/П.Н. Гапонюк// Журнал научно–педагогической информации.– 2009.– № 1.–Режим доступа: <http://paedagogia.ru/> 2009/74–01/146–garonyuk%5D
68. Гаслер Х., Шибани А. Непрактичная наука: как оценить результативность фундаментальных исследований[Текст] /Х. Гаслер, А. Шибани//Форсайт. –2011. – Том 5. –№1. –С.40–47.
69. Головаха, Е.И. Психология человеческого взаимопонимания[Текст]/Е. И. Головаха, Н.В. Панина. – Киев. Политиздат Украины,1989. –189с.

70. Гончаренко, Н.В. Гений в науке и искусстве[Текст]/Н.В. Гончаренко. – М.: Искусство, 1991. – 432с.
71. Горелов, Н.А. Креативный менеджмент (менеджмент интеллектуально–креативной деятельности). Предмет, цели, задачи и структура курса [Текст]/Н.А. Горелов, О.Н. Литун // Креативная экономика. — 2008. — № 10 (22). — С. 93–98.
72. Гребенщикова, Е.Г. «Третья миссия» университета: от «второго типа» производства знания к «тройной спирали» инноваций[Текст]/Е. Г. Гребенщикова// Ярославский педагогический вестник.–2011.–№ 4. Том I (Гуманитарные науки) – С.270–274.
73. Гречкин, А.А. Развитие инновационной культуры промышленных организаций для их адаптации к рыночным условиям (на примере оборонных предприятий): диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук [Текст]/А.А. Гречкин.– Москва, 2002
74. Григорьева, С.Г. Основные механизмы функционирования инновационной культуры педагога начальной школы[Текст]/С.Г. Григорьева// Вектор науки ТГУ. – 2011. – № 3 (6). – С.90–93
75. Григорьева, С.Г. Формирование инновационной культуры учителя начальных классов в процессе профессиональной подготовки: диссертация ... доктора педагогических наук : 13.00.08 /С.Г.Григорьева.– Московский государственный открытый педагогический университет. Москва, 2011
76. Гройс, Б.Е. Утопия и обмен[Текст]/Б.Е. Гройс. – М.: Знак, 1993. – 374с.
77. Громов, Г.Р. Кадровая политика инновационной фирмы[Электронный ресурс]/Г.Р. Громов.– Режим доступа: [http:// www.wdigest.ru/innovation\\_mechanizm\\_hr.htm](http://www.wdigest.ru/innovation_mechanizm_hr.htm)
78. Грудзинский, А. О. Мотивационная готовность научно–педагогических работников университета к предпринимательству в научно–образовательной сфере[Текст]/А.О. Грудзинский, О. В. Петрова//Вестник ННГУ. –2012. –№2–1. –С.11–16.

79. Грудзинский, А.О. Университет как предпринимательская организация[Текст]/А.О. Грудзинский // Социологические исследования.– №4.– 2003.–С.113–121
80. Губарьков, С.В. Роль вузов в повышении эффективности функционирования региональной инновационной системы[Текст]/С.В. Губарьков // Экономика образования.– 2012.– № 2.– С. 22–31.
81. Гульчевская, В.Г. Развитие инновационной культуры педагога в системе повышения квалификации. Монография[Текст]/В.Г. Гульчевская, Н.Г. Осадченко. – Ростов-на-Дону: изд-во ГБОУ ДПО РО РИПК и ППРО, 2012. –216с.
82. Гуманитарные образовательные технологии в вузе: метод, пособие / под ред. С.А. Гончарова[Текст].– СПб.: Изд-во РГПУ, 2007.– 159 с.
83. Дамианова, Е. В. Современные образовательные технологии как средство повышения эффективности обучения в школе[Текст]/ Е.В. Дамианова, Н.Н. Сабельникова–Бегашвили // Инновации и современные технологии в системе образования: материалы международной научно–практической конференции 20–21 февраля 2011 г. – Пенза – Ереван – Шадринск: Научно–издательский центр «Социосфера».–2011. –С.96–101
84. Даммер, М.Д. Метапредметное содержание учебного предмета[Текст] / М.Д. Даммер //Вестник Южно–Уральского государственного университета. Серия: Образование. Педагогические науки.–2014. –№1. Т.6.–С.46–52.
85. Даниленко, Л. Н. Deals not words: о результатах реформирования российского образования[Текст]/Л.Н. Даниленко// Вестник Псковского государственного университета. Серия: Экономические и технические науки . – 2014.– №4.– С.18–32
86. Даниленко, Ю.А. Стандартизация как инструмент обеспечения инновационной деятельности [Текст] / Ю. А. Даниленко, О. В. Жихарева // Стандарты и качество. – 2013. № 11. – С. 44–45.
87. Данилов, С.И. Осуществление исследовательского подхода в образовательном процессе как предпосылка формирования инновационной личности[Текст] / С.И. Данилов//Инициативы XXI века.– 2013.–№1.– С.23–28

88. Дахин, А. Н. Педагогика для математиков : учебное пособие для студентов[Текст]/А.Н. Дахин.– Новосибирск.: НГПУ, 2006.– 147 с.
89. Дворецкий, С.И. Инновационно–ориентированная подготовка инженерных, научных и научно–педагогических кадров : монография [Текст]/ С.И. Дворецкий, Е.И. Муратова, И.В. Фёдоров. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2009. – 308 с.
90. Дежина, И. Г. Влияет ли глобализация на научную политику в России[Текст] / И.Дежина// Форсайт. – 2008. – №4 (8). – С.42–49
91. Делокаров, К.Х. Российская инновационная культура: актуализация проблемы[Текст] /К.Х. Делокаров, О.Н. Любина//Управление мегаполисом.– 2014.–№3.– С. 28–37.
92. Джелали, В.И. Инновационная культура. Теоретические, технологические, нравственные и прикладные аспекты[Текст] /В.И. Джелали, В.Л. Кулиниченко.– Киев: Арктур-А, 2015.–279с.
93. Джерджен, К.Дж. Социальное конструирование и педагогическая практика[Текст] / К. Дж. Джерджен// Образовательные практики: амплификация маргинальности: Сб./Под ред. А.А. Забирко. – Мн.: Технопринт, 2000
94. Добсон, П. Компании важнее университетов[Текст] /П. Добсон// Инновационные тренды.– 2011.– №6. – С.8–12.
95. Долгова, В. И. Инновационная культура будущих педагогов: проблема формирования и развития: монография[Текст] / В.И. Долгова, О.А. Шумакова. – М.: КДУ, 2010. –139с.
96. Долгова, В. И. Акмеологические проблемы развития инновационной культуры субъектов системы профессионального образования [Текст] /В.И. Долгова// Научные исследования в образовании.– 2010.– №11.– С.16–23.
97. Долгова, В. И. Психологические закономерности формирования инновационной культуры[Текст] /В.И. Долгова О.А. Шумакова // МНКО.– 2009.– №1.– С.206–209.
98. Долгова, В.И. Инновационная культура личности как фактор психологической безопасности профессиональной деятельности[Текст]/В.И.

Долгова, О.А. Шумакова//Роль государственно-общественного управления в обеспечении комплексной безопасности объектов и субъектов образовательной системы: материалы международной научно–практической конференции. Челябинский государственный педагогический университет.– 2008.– С. 213–215.

99. Драйден, Г. Революция в обучении[Текст] /Г. Драйден. Пер с англ. М.: ООО «Парвинэ», 2003.– 672 с.

100. Дракер, П. Рынок: как выйти в лидеры. Практика и принципы[Текст] /П. Дракер. – М: СП «Бук Чембер Интернешнл», 1992. –349с.

101. Дракер, П. От капитализма к обществу знания[Текст] /П. Дракер// Новая постиндустриальная волна на Западе: Антология. Под ред. В.Л. Иноземцева. М.:«Academia», 1999.–640с.

102. Дружинин, В.Н. Психология общих способностей[Текст]/В.Н. Дружинин. – СПб.: Питер,1999. – 368с.

103. Друкер, П. Наука инновации[Текст] /П. Друкер//Классика HBR. Креативное мышление в бизнесе.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 232с.С.148–164

104. Друкер, П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: учеб. пособие[Текст] /П. Друкер. М.: Издат. дом «Вильямс», 2000.– 240с.

105. Дьюи, Дж. Введение в философию воспитания[Текст]/Дж. Дьюи. – М. 1921.

106. Дюркгейм, Э. Социология образования[Текст]/Э.Дюркгейм: Пер. с фр. Т.Г. Астаховой. Научн. ред. В.С. Собкин, В.Я. Нечаев. Вступительная статья В.С. Собкина. –М.: ИНТОР, 1996. – 80 с.

107. Егоркин, В.Г. Философия инноваций[Текст]/ В.Г. Егоркин //Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). –2006. –№1. –С.14–26

108. Елизарова, Л.Е. Формирование инновационной культуры обучающихся военного вуза[Текст]: диссертация на соискание ученой степени кандидата педагогических наук .– СПб, 2004

109. Ефименко, О.Г. Ученик глазами учителя: опыт анализа ценностных ориентаций педагогов[Текст] /О. Г. Ефименко, А.А. Хван // Актуальные

проблемы прикладной психологии: Материалы конференции. – Калуга, 2006 – С. 82–85.

110. Жабина, В.В. Инновационная культура как фактор сбалансированного инновационного развития человека и общества[Текст] /В.В. Жабина// Политика и общество.– 2012.– №7. –С.39–50

111. Жажева, Д.Д. Формирование инновационной культуры учителя начальных классов в процессе профессиональной подготовки[Текст] /Д.Д. Жажева//Совершенствование предметно–профессиональной компетентности будущих учителей начальной школы. Материалы круглого стола 23 апреля 2013 г.– Майкоп.: Адыгейский государственный университет, 2013.– С. 46–51.

112. Жарова, М.В. Инновационная культура – «подводный камень» интеграции инновационного и образовательного процессов в ВУЗе[Текст]/М.В. Жарова//Сб. научных статей по материалам X международной научно–практической конференции Менеджмент XXI века: эффективность, качество, устойчивое развитие. СПб.: изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2010. С. 67–69.

113. Жданова, Г.Ф.Философия. психология. технология творческого развития как вариант развивающей инновационной технологии[Текст] /Г.Ф. Жданова//Современная наука: актуальные проблемы и пути их решения.–2013.– №3.–С.84–87

114. Жидков, В.С. О сравнениях в художественной культуре, или какая культура прогрессивнее[Текст]/В.С. Жидков//Культура на рубеже XX–XXI веков: глобализационные процессы. – СПб.: Нестор–История,2009. –632с. С. 509–537

115. Жогун, А.А. Инновационная культура и общество [Текст] /А.А. Жогун// Деятельностное понимание культуры как вида человеческого бытия. Материалы IX международной научной конференции.– Нижневартонск.: НГГУ,2013. –С. 64–66.

116. Загоруля, Т. Б. Личность как носитель инновационной культуры[Текст] /Т.Б. Загоруля // ИСОМ .– 2014.– №4.– С.107–112.

117. Загоруля, Т.Б. Педагогическое проектирование модели актуализации личности студентов как носителей инновационной культуры в высшем



образовании: научная монография[Текст] /Т.Б. Загоруля.– Екатеринбург: изд-во УГГУ, 2014.

118. Загоруля, Т.Б. Концепция и технология фасилитации личности инновационной культуры в образовании [Текст] /Т.Б. Загоруля// European Social Science Journal.– 2014.–№ 6–1(45).– С. 66–73.

119. Заславская, Т.И.. Рывкина Р.В. Социология экономической жизни: очерки теории/ отв. Ред. А.Г. Аганбегян. – Новосибирск.: Наука, 1991

120. Зиятдинова, Ф.Г. Российская образовательная политика в свете зарубежного опыта[Текст] /Ф.Г. Зиятдинова //Социс.– 2006.– № 5.– С. 51–58.

121. Зомбарт, В. Буржуа: этюды по истории духовного развития современного экономического человека[Текст]/ В. Зомбарт // Собрание сочинений в 3–х томах.– СПб.: Владимир Даль, 2005. –637с.

122. Зотикова, О.Н. Современная инфраструктура инновационно–культурной среды[Текст]/О.Н. Зотикова, А.В. Барышева// Сервис в России и за рубежом. –2014. –№ 9 (56). –С. 36–45.

123. Зубенко, В.В. Инновационная культура в системе организационной культуры предприятия / В.В. Зубенко // Экономика и управление. – 2007. – № 4–5. – С. 93–97.

124. Иванюк, И.А. Инновационная культура общества – стратегический ресурс развития рыночной экономики инновационного взаимодействия[Текст] /И.А. Иванюк, О.А. Воротилова//Современная экономика: проблемы и решения.– 2010.–№2.– С.55–64

125. Ильин, В. И. Поведение потребителей. Краткий курс[Текст]/В.И. Ильин. – СПб.: Питер, 2000. — 224 с.

126. Ильин, Е.П. Психология риска[Текст] /Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2012. – 267 с.

127. Ильин, Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности[Текст]/Е.П.Ильин. – СПб.: Питер, 2009. –433с.

128. Инновации на стороне[Электронный ресурс].–Режим доступа <http://www.sibai.ru>

129. Инновационная деятельность: Толковый словарь. 2-е изд., доп. [Текст]/Отв. ред. В.И. Суслов.— Новосибирск: Сибирское научное издательство, 2008.—224 с.

130. Инновационная культура бакалавров и магистров психолого-педагогического образования: Коллективная монография[Текст] / СПб.: Книжный дом, 2011.— 225с.

131. Инновационный человек и инновационное общество[Текст]/ Под ред. В. И. Супруна . — Н.: ФСПИ «Тренды», 2012.— 424с.

132. Иноземцев, В. Л. «Инновационный человек» от мифов к реальности[Текст]/В.Л. Иноземцев//Инновационный человек и инновационное общество. Под ред . В. И. Супруна . — Н.: ФСПИ «Тренды», 2012.— С.77–91

133. Иноземцев, В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: Учеб. пособие для студентов[Текст]/В.Л. Иноземцев. – М: Логос, 2000. – 304с.

134. Итоговый отчет по гранту на тему «Экономико–психологические механизмы инновационного развития России» в рамках ФЦП «Научные и научно–педагогические кадры инновационной России на 2009—2013 гг.» № 20101.2.2301015

135. Ицковиц, Г. Модель тройной спирали[Текст] /Г. Ицковиц// Инновационная Россия.– 2011.– №4 (150)– С.5–10

136. Каблов, Е.Н. Наука как отрасль экономики[Текст] /Е.Н. Каблов // Наука и жизнь.– 2009.–№10.–С.6–10

137. Каган, М.С. Введение в историю мировой культуры[Текст]/ М.С. Каган // СПб: ООО Издательство Петрополис, 2003. –368 с.

138. Каган, М.С. Философская теория ценности [Текст]/М.С. Каган. – СПб.: ТОО ТК Петрополис, 1997. –205с.

139. Кагарлицкий, Б. Ю. Загадка креативного класса[Электронный ресурс]/Б. Ю. Кагарлицкий.– Режим доступа:// <http://alternatio.org/>

140. Калинин, И.А. Индустриальный горизонт креативных индустрий[Электронный ресурс]/И.А. Калинин//Неприкосновенный запас №92

(6).– Режим доступа: <http://www.nlobooks.ru/>

141. Капица, С. П. Держать кошек в стаде[Текст] /С.П. Капица // Эксперт.– 2011.– № 30–31.

142. Карамаликова, Н.В. Формирование инновационной культуры студентов педагогического колледжа в условиях внедрения новых ФГОС[Текст] /Н.В. Капамаликова// Вестник ЧГПУ им. И. Я. Яковлева.– 2014.– № 3 (83).–С.142–146

143. Кара-Мурза, С.Г. Власть манипуляций[Текст]/ С.Г. Кара–Мурза. – М:Академический Проект,2007. – 380с.

144. Кара-Мурза, С.Г. Общество знания: переход к инновационному развитию России[Электронный ресурс]/С.Г. Кара–Мурза. –Режим доступа: <http://www.rulit.me>

145. Карлтон, Т. Поколение X – секретное оружие США[Текст]/Т. Карлтон// Инновационные тренды. – 2011. – №8. – С.23–28

146. Кармин, А.С. Творчество как фердипюкс[Текст]/А.С. Кармин// Фундаментальные проблемы культурологии: том V:Теория и методология современной культурологии/Отв. Редактор Д.Л.Спивак. – М., СПб.: Новый хронограф, Эйдос. – 2009. – С.119–133

147. Карпова, Ю.А. Введение в социологию инноватики: учебное пособие[Текст]/Ю.А. Карпова. – СПб.: Питер, 2004. – 186с.

148. Касавин, И.Т. Миграция. Креативность. Текст. Проблемы неклассической теории познания[Текст] /И.Т. Касавин. – СПб: изд–во РХГИ, 1999. – 408с

149. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Текст] / М. Кастельс// – М.: Издательство: ГУ ВШЭ,2000. –458с.

150. Качина, Ю.В. Формирование и развитие инновационной организационной культуры промышленного предприятия[Текст]:автореферат дисс. на соискание ученой степени кандидата экономических наук /Ю.В. Качина.– Воронеж: Воронежский государственный технический университет, 2004

151. Келле, В.Ж., Ковальзон М.Я. Теория и история[Текст]/В. Ж. Келле,

М.Я. Ковальзон. – М.: Политиздат, 1981. – 290 с.

152. Кили, Т. Говорят, что наука – это общественное благо, и она должна быть доступна всем. Это ложная модель[Электронный ресурс]/Т.Кили.–Режим доступа: <http://slon.ru>

153. Клакхон, К.К. Зеркало для человека. Введение в антропологию[Текст]/К.К. Клакхон. – СПб.: Евразия, 1998. – 352с.

154. Кленова, М. А. Риск и расчет в структуре ценностных ориентаций[Текст]/М.А. Кленова // Альманах современной науки и образования. – 2010. – №11–1. – С.80–83.

155. Климина, Л.В. Инновационная культура педагогов дошкольного образования[Текст] /Л.В. Климина//Детский сад от А до Я.– 2015.–№1(73).– С. 86–96.

156. Ключко, В.Е., Галажинский Э.В. Психология инновационного поведения[Текст]/В.Е. Ключко, Э.В. Галажинский.– Томск: Изд-во ТГУ, 2009. – 240с.

157. Князев, А.А. Инновационная культура как комплексный феномен [Текст]/ А.А. Князев// Экономика, финансы и управление в современных условиях. Межвузовский сборник статей. Сер. «Экономика, финансы и управление в современных условиях» Под ред. А.Н. Сорочайкина.– Самара, 2011.– С. 64–68.

158. Кобзева, Л.В. Предпринимательский университет: как университету встроиться в экономику в новом десятилетии[Электронный ресурс]/ Л.В. Кобзева.– Режим доступа: [http:// innclub.info/wpcontent/uploads/2011](http://innclub.info/wpcontent/uploads/2011)

159. Кобяк, О.В. Экономико–социологический словарь[Текст] /О.Б.Кобяк, Г.Н. Соколова.– Минск, 2002.– 448с.

160. Коган, Е.Я. Новая организация образовательных ресурсов высшей школы: ответ на вызовы экономики[Текст] /Е.Я. Коган, Н. Ю. Посталюк// Высшее образование сегодня.– 2008.– № 6.– С. 8—12.

161. Когнитивные исследования: Проблема развития.: Сборник научных трудов: Вып. 3 / Под ред. Д. В. Ушакова. – М.: Изд-во «Институт психологии

РАН», 2009. – 352 с.

162. Колупаев, Р.В. Проблемы перехода к инновационной культуре в образовании[Текст] /Р.В. Колупаев, Л.Е. Кочанова//Теоретические и практические исследования XXI века: труды международной научно-практической конференции.– М., 2014.– С. 339–343.

163. Кольчугина, М. Б. Новой экономике – новое образование[Текст] /М. Б. Кольчугина// МЭиМО.– 2003.– №12.– С. 42–53

164. Кондрашов, П.Н. Глобализация и развитие индивида[Текст] / П.Н. Кондрашов //Свободная мысль. – 2010. –№10 (1617). –С.193–206.

165. Коновалова, М.В. Инновационная культура в системе государственной службы: факторы и проблемы формирования[Текст] /М.В. Коновалова// Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество).– 2014.–№1. –С. 34–49.

166. Коновальцев А. С. Институт общественного призрения в Западной Европе XIX начала XX В. (опыт историко-правового анализа) // Социально-экономические явления и процессы. 2012. №5-6 С.174-178.

167. Константинов, Г.Н. Что такое предпринимательский университет? [Текст] /Г.Н. Константинов, С.Р. Филонович // Вопросы образования. – 2007. – №1– С.49–62.

168. Константинов, М.С. Элементы институционально–эволюционной теории в социальной философии М.К. Петрова[Текст]/М.С. Константинов. – Ростов н/Д: Изд–во РГПУ, 2005.

169. Концепция инновационной политики Российской Федерации на 1998 – 2000 гг., одобренная постановлением Правительства Российской Федерации от 24 июля 1998 г. № 832[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/>

170. Концепция научной, научно–технической и инновационной политики в системе образования Российской Федерации на 2001–2005гг.[Электронный ресурс]:Приложение №1 к приказу Минобразования России от 6 июня 2002г №1705.– Режим доступа://<http://www.dvgu.ru/umu/>

171. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент[Текст]/Ф. Котлер/пер.с англ. Под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю.Н. Каптуревского. – СПб: Издательство «Питер», 1999. – 896с.

172. Коул, Р.И. От непрерывного совершенствования к постоянным инновациям[Текст]/Р.И. Коул// Сб. Качество в XXI веке. Роль качества в обеспечении конкурентоспособности и устойчивого развития: Пер. с англ. А. Раскина / Под ред. Т. Конти, Е. Кондо, Г. Ватсона. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2005. – С. 135–152.

173. Красильникова, Е.В. Об инновационной культуре в современной российской действительности[Текст] /Е.В. Красильникова// Организация инновационной деятельности в региональном агропромышленном комплексе: сборник трудов региональной научно–практической конференции 08–11 ноября 2011 г.– Тверь. С.18–21

174. Крылова, Ю.В. Инновационная культура российских предприятий [Текст]/ Ю.В. Крылова //Управление инновациями: материалы международной научно–практической конференции. Под редакцией Р.М. Нижегородцева. Москва, 2008. –С. 71–74.

175. Кудашов, В.И. Инновационный человек и социальное творчество в условиях отчуждения и коммерциализации[Текст] / В.И. Кудашов // Инновационный человек и инновационное общество. Под ред . В. И. Супруна . Н.: ФСПИ «Тренды »,2012. – С.282–297

176. Кузнецов, В.А. Экономическая культура: проблема онтологического статуса// Дис. ... канд. филос. наук : 09.00.11. – Самара, 2005. – 162 с.

177. Кузьмина, Ж.Ю. Инновационная культура как необходимая составляющая гармоничного развития современного общества[Электронный ресурс]/Ж.Ю. Кузьмина.– Режим доступа:<http://www.rusnauka.com>

178. Кулагин, А.С. Немного о термине «инновация» [Текст] / А.С. Кулагин //Инновации. –2004. –№7. –С.56–59.

179. Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу[Текст]/ Под ред. Л. Харрисона и С. Хантингтона.– М.:

Московская школа политических исследований, 2002. – 315с.

180. Культура на рубеже XX–XXI веков: глобализационные процессы[Текст] / СПб.: Нестор–История, 2009. – 632 с.

181. Культурология. Краткий тематический словарь[Текст].– Ростов–на–Дону:Феникс, 2001. –192с.

182. Кутырёв В. А. Последнее целование. Человек как традиция. [Текст] /В.А. Кутырев// – СПб.: Алетейя, 2015. – 312 с. – (Серия «Тела мысли»).

183. Кутырев В.А. Философия постмодернизма. [Текст] /В.А Кутырев Н. Новг.:ВВАГС, 2006. – 95с.

184. Кутырев В.А. Модернизация : против бездумного инновационизма – за контролируемое развитие [Текст] /В.А Кутырев//Философия хозяйства. – 2011. –№2(74). – С.66-80

185. Кучергина, О.В. К определению понятия «Инновационная культура педагога» [Текст] /О.В. Кучергина//Сибирский педагогический журнал.–2008.– №15.–С.424–430

186. Кучергина, О.В. Об условиях формирования инновационной культуры педагогов дошкольного образовательного учреждения[Текст] /О.В. Кучергина//Инновации в образовании.–2012.– № 9.– С.88–92

187. Ламбен, Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок[Текст] / Жан-Жак Ламбен; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. –СПб: Питер, 2007. –800с.

188. Лапин, Н.И. Теория и практика инноватики: учеб. пособие [Текст] / Н.И. Лапин. –М.: Университетская книга; Логос, 2008. – 328 с.

189. Лапшов, В.А. Теоретические основы социологического исследования инновационной культуры как фактора социальной самоорганизации общества[Текст] /В.А. Лапшов// Экономика и социум: современные модели развития.– 2012.– № 4.–С. 59–66.

190. Ларичева, Е.А. Развитие инновационной культуры на предприятии[Текст]/Е.А. Ларичева// Вестник Брянского государственного технического университета. – 2009. – № 2(22) – С.128–133

191. Лацоник, У. Разновидности капитализма, рыночных сил и

инновационного предпринимательства[Текст]/ У. Лацоник //Экономический вестник Ростовского государственного университета. –2008. –Т.6. – №3. – С.11–49.

192. Ле Гофф, Ж. , Трюон Н. История тела в Средние века[Текст] /Ж. Ле Гофф, Н. Трюон.– М.: Текст,2008. –192с.

193. Ле Гофф, Ж. Другое средневековье[Текст] /Ж. Ле Гофф Пер. с франц. С. В. Чистяковой и Н. В. Шевченко под ред. В. А. Бабинцева. 2–е изд., испр. — Екатеринбург: Изд–во Урал. ун–та, 2002. –328 с.

194. Лебедева, Е. А. Инновационное развитие и образование[Текст] / Е. А. Лебедева // Мировая экономика и международные отношения. – 2007. – № 12. – С. 45–54.

195. Леонтьев, В. Ф. Роль инновационных технологий в обеспечении качества и конкурентоспособности продукции[Текст] /В.Ф. Леонтьев // Проблемы прогнозирования .– 2001.– №1.– С.136–148.

196. Лиотар, Ж. Ф. Состояние постмодерна[Текст] /Ж.Ф. Лиотар.– М.: Алетейя, 1998. –160с.

197. Липовецки, Ж. Эра пустоты эссе о современном индивидуализме[Текст] /Ж. Липовецки. Перевод с французского В.В.Кузнецова. – СПб.: издательство «Владимир Даль»,2001. –336с.

198. Лисин, Б.К. Инновационная культура[Текст]/ Б.К. Лисин //Инновации, –№10 (120). –2008. –С.49–53.

199. Лисин, Б.К. Стратегический ресурс инноваций[Текст]/ Б.К. Лисин //«Круглый стол» в Институте стратегических инноваций. – М.: Институт стратегических инноваций,2000. –48с.

200. Лоренц, К. Восемь смертных грехов цивилизованного человечества[Текст]/К.Лоренц//Вопросы философии. – 1992. – №3. – С.39–53

201. Лэнгле, А. Экзистенциально–аналитическое понимание эмоциональности[Текст]/А. Лэнгле// Национальный психологический журнал. – 2015. – №1(17). – С. 26–38.

202. Любецкий, М.С. Формирование модели современной инновационной



культуры вуза[Текст] /М.С. Любецкий// Кризис экономической системы как фактор нестабильности современного общества. Материалы III международной научно–практической конференции.– Саратов, 2014.– С. 125–126.

203. Мажерина, Е. Э. Место творчества и креатива в дизайне современного рекламного плаката[Текст] / Е. Э. Мажерина // Молодой ученый. – 2013. – №6. – С. 802–806

204. Мазурова, Л. А. Потребитель нынче в дефиците?/Л.А. Мазурова // ЛГ. – 2007. 8–14 авг. № 32.

205. Макаров, В.Л. Экономика знаний: уроки для России[Текст] /В.Л. Макаров//Вестник Российской Академии наук.– 2003.– Том 73.– № 5.

206. Малахова, Н.Н. Инновационная экономика как фактор социокультурных трансформаций современного общества // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 6.;URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16424> (дата обращения: 06.02.2016)

207. Малахова, Н.Н. Инновационная личность как производитель и потребитель: экономические и социокультурные последствия формирования и функционирования[Текст] /Н.Н. Малахова // Вестник РУДН Серия: Экономика.– 2015.–№1.–С.127–137

208. Малахова, Н.Н. Инновационная экономика как фактор трансформации научных институтов: глобальный уровень[Текст] /Н.Н. Малахова //Научное обозрение. Серия 2: Гуманитарные науки. –2015. – № 1. – С. 15–21.

209. Малахова, Н.Н. Социально–философские аспекты трансформации трудовых отношений в инновационной экономике[Текст] /Н.Н. Малахова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2015. –№4. – С.32–38

210. Малахова, Н.Н. Инновационная личность как модель экономического человека в инновационной экономике[Текст] /Н.Н. Малахова // Философия и право. –2015. –№2 (69). – С.73-78

211. Малахова, Н.Н. Научные институты как субъекты инновационной деятельности в национальной и глобальной экономике: социокультурный аспект

функционирования[Текст] /Н.Н. Малахова // Образование. Наука. Инновации. – 2014 – №6 (38). –С.68–75

212. Малахова, Н.Н. Потребитель в инновационной экономике: социокультурные аспекты формирования и функционирования[Текст] /Н.Н. Малахова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз.– 2014. –№6(36). –С.213–224

213. Малахова, Н.Н. Научно–исследовательское направление деятельности университета как субъекта инновационной системы[Текст] /Н.Н. Малахова // Вестник Воронежского государственного университета – серия «Проблемы высшего образования». – 2014. – №2. –С.57–60

214. Малахова, Н.Н. Феномен творчества в инновационном обществе[Текст] /Н.Н. Малахова // Вестник Дагестанского государственного университета. – 2014. – выпуск 5. Экономика. Философия. – С.193–198

215. Малахова, Н.Н. Творческая личность и творческая деятельность в системе производственных отношений инновационной экономики[Текст] /Н.Н. Малахова // Философия хозяйства. Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ. – 2014. – №2(92). – С.235–243

216. Малахова, Н.Н. Инновационные преобразования научных институтов[Текст] /Н.Н. Малахова // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики – 2014. – № 2 (40).– С.127–130

217. Малахова, Н.Н. Формирование креативной компетентности в системе образования инновационного общества/Н.Н. Малахова, О. Н. Бессарабова// Гуманитарные, социально–экономические и общественные науки – 2014. – №1.– С.139–143

218. Малахова, Н.Н. Особенности применения инновационных педагогических технологий в современном обществе[Текст] /Н.Н. Малахова // Вектор науки Тольяттинского государственного университета.– 2013. – №4(26).– С.249–252

219. Малахова, Н.Н. Инновационные трансформации системы образования

[Текст]/ Н.Н. Малахова// Вестник Адыгейского государственного университета. – 2013. – № 2. – С.141–148.

220. Малахова, Н.Н. Университет как субъект инновационной деятельности[Текст]/ Н.Н. Малахова, О.Б. Симонова, Ю.Ю. Котляренко//Гуманитарные и социально–экономические науки. – 2013. – №6. –

221. Малахова, Н.Н. Наука и образование: парадоксы инновационного развития[Текст]/Н.Н. Малахова. – Новочеркасск : Изд-во НОК, 2015. –172с.

222. Малахова, Н.Н. Инновационная культура как фактор изменений современного общества[Текст]Н.Н. Малахова. – Москва: Изд-во Библио-Глобус, 2016. – 340с.

223. Малахова, Н.Н. Инновации в туризме и сервисе [Текст] /Н. Н.Малахова, Д. С. Ушаков.– М.: ИКЦ «МарТ», Ростов-на-Дону: Издательский центр «МарТ», 2008. – (Туризм и сервис) .–224с.

224. Малахова, Н.Н. Инновации в туризме и сервисе: учеб. пособие для вузов[Текст] /Н. Н.Малахова, Д. С. Ушаков. – 2–е изд., доп. и перераб. –Ростов н/Д : МарТ : Феникс, 2010.–244с.

225. Манхейм, К. Диагноз нашего времени[Текст]/К. Манхейм. Пер. с нем. и англ. – М.: Юрист,1994.–700с.

226. Маньковская, Н.Б. Эстетика постмодернизма[Текст]/Н.Б. Маньковская. СПб.: Алетейя, 2000. – 347с.

227. Маркс, К. Капитал[Текст]/ Маркс К., Энгельс Ф. Избранные сочинения. М., Т.7,1987. – 811с.

228. Мартиндейл, К. Эволюция и конец искусства как гегелианская трагедия[Текст]/К. Мартиндейл// Психология. Журнал Высшей школы экономики.–2007.– Т. 4. № 1.– С.111–119

229. Матковская, Я.С. Потребительское поведение на рынке инновационных технологий: моделирование стандартов[Текст] / Я.С. Матковская // Маркетинг в России и за рубежом. – 2010. – №2.– С. 12–22.

230. Махов, Е.Н. Инновационная культура в кадровой сфере / Е. Н. Махов.– М.: Воскресенье, 2001.– 183 с.

231. Мацумото, Д. Психология и культура [Текст]/Д. Мацумото.– СПб.: Питер. 1–е издание, 2003. – 720с.
232. Мегатренды мирового развития: Сб. ст. [Текст]/ Центр исслед. постиндустр. о-ва; Под ред. Ильина М.В., Иноземцева В.Л. – М.: Экономика, 2001. – 295с.
233. Межуев, В.М. Идея культуры. Очерки по философии культуры[Текст]/В.М. Межуев. – М.: Прогресс–Традиция,2006. –408 с.
234. Межуев, В.М. О понятии «культура» [Текст]/В.М. Межуев.– М., 1968.–30с.
235. Меленькина, С.А. Современное состояние взаимодействия инновационной культуры и конкурентоспособности промышленного предприятия[Электронный ресурс]/С.А. Меленькина // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1. С.720– Режим доступа: URL: [www.science-education.ru/121-18869](http://www.science-education.ru/121-18869) (дата обращения: 26.08.2015).
236. Мельникова, Н.И. Академический капитализм в глобальном информационно–коммуникационном образовательном пространстве[Текст] / Н.И. Мельникова // Интеграция образования. –2004. –№1. –С.6–11.
237. Меррилл, П. Поколение инноваций. Как создать инновационный процесс и инновационную культуру/Пер. с англ.Ю.В. Сырбу. М.:РИА «Стандарты и качество». 2009. – 200с
238. Мертон, Р. Социальная структура и аномия //Социология преступности (Современные буржуазные теории) [Текст]/Р. Мертон. Пер. с франц. Е.А.Самарской. Редактор перевода М.Н. Грецкий. – М.: Издательство «Прогресс», 1966.– С.299–313
239. Мешков, А.А. Основные направления исследования инновации в американской социологии [Текст]/А.А. Мешков // Социс. – 1996. – № 5.– С.117–128
240. Мкртчян, Г.Социальные аспекты рынка труда[Текст]/ Г. Мкртчян, И.Чистяков// Общество и экономика.– 1999.– №9. – С. 99–100.
241. Мкртычян, Г.А. Психологические барьеры включения научно–

педагогических работников в инновационную деятельность[Текст]/Г.А. Мкртычян// Современный менеджмент: проблемы, гипотезы, исследования: Сб. науч. тр. Вып. 3. Ч. 2 / Науч. ред. М.Ю. Шерешева.– М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. С. 400–408.

242. Монастырская, Т. И. Требования к академическому образованию со стороны делового сообщества[Текст]/Т.И. Монастырская// Высшее образование сегодня.– 2008.– № 1.– С. 16 – 19.

243. Мореханова, М.Ю. Инновационная культура сельского населения (по материалам социологического исследования) [Текст]/М.Ю. Мореханова//Региональные агросистемы: экономика и социология.– 2011.–№2. – С. 16.–19

244. Мосолова Л.М. Модернизация и инновации как концепты динамики культуры и ее образовательной сферы [Текст]/Л.М. Мосолова.// Общество. Среда. Развитие. 2008. № 3 (8). С. 96-97.

245. Мотрошилова, Н.В. Новая волна интереса к философской аргументации[Текст]/Н.В. Мотрошилова//Культура, человек и картина мира. – М.: Наука,1987.–347с.

246. Муравьев, Ю.А. От культурфилософии к культурологизму[Электронный ресурс]/Ю. А. Муравьев. – Режим доступа: [http://scepsis.net/library/print/id\\_2392.html](http://scepsis.net/library/print/id_2392.html)

247. Муратова, Е.И. Технология формирования инновационной культуры студентов и аспирантов / Е.И. Муратова, С.И. Дворецкий // Роль современного университета в формировании экономики знания : сб. тез. докл. Междунар. науч.– практ. конф. – XIII Академические чтения МАН ВШ 18 – 20 сентября 2007 г. – Новочеркасск : Изд–во ЮРГТУ (НПИ). – С. 77 – 79.

248. Мушич-Громыко, А.В. Инновационная культура: от теории к поведенческим моделям[Текст]/А.В. Мушич-Громыко//Научные труды SWorld.– 2012.– Т. 25.№1.– С. 63–64.

249. Найт, Ф.Х. Риск, неопределенность и прибыль[Текст] / пер. с англ. / Ф.Х. Найт. – М.: Дело, 2003. – 360с

250. Насекина, М.А., Инновационная культура как стратегический ресурс современных организаций[Текст]/М.А. Насекина, Е.А. Малышкина, Е.А. Прокофьева // The dominant of the humanism principle in modern social concepts and the civilized practice of public relations Peer-reviewed materials digest (collective monograph) published following the results of the C International Research and Practice Conference and I stage of the Championship in Economics and Management, Jurisprudence, Sociological, Political and Military sciences (London, April 21 – April 25, 2015). London, 2015.– С. 30–33

251. Насонова, Е.А. Развитие учебной автономии студентов языковых ВУЗов при обучении иноязычному поведению[Текст]/Е.А. Насонова// Вестн. гуманит. фак. ИГХТУ.– 2009.– №4.– С. 318 – 322.

252. Научно–технический прогресс: Словарь[Текст]/Сост. В.Г. Горохов, В.Ф. Халипов.– М.: Политиздат,1987. – 366 с.

253. Неборский, Е. В. Способы осуществления интеграции образования, науки и бизнеса в университетах за рубежом[Текст]/Е.В. Неборский// Известия ВГПУ .– 2011.– №1.– С.137–140

254. Неборский, Е.В. Исследовательские университеты США. Противоречие между «академическим капитализмом» и поиском «истины» [Текст]/Е. В. Неборский // Экономика образования.– 2012.– № 2.– С. 126–132.

255. Неклесса, А.И. Инновация и революция[Текст]/А.И. Неклесса//Дружба народов.– 2003.–№4.– С.129–140

256. Никитин, О. Д. Развитие креативности как основа профессиональной подготовки студентов педагогических вузов : диссертация ... кандидата педагогических наук[Электронный ресурс]/О.Д. Никитин.– Режим доступа: <http://www.dslib.net/>

257. Никифоров, А.П. Деятельность и свобода. [Текст]/А.П. Никифоров// Деятельность: теория, методология, проблемы. М.: Политиздат, 1990. – С.339–346

258. Николаев, А.И. Инновационное развитие личности и инновационная культура[Текст]/А.И. Николаев//Вопросы культурологии.–2006.–№3.– С.86–90

259. Николаева, Е.И. Психология детского творчества [Текст]/Е.И.

Николаева. – СПб.: Речь, 2006. – 220с.

260. Николаенко, Н.Н. Психология творчества. [Текст]/Н.Н. Николаенко. – М.: Речь, 2007.–208с.

261. Нордстрем, К., Риддерстрале, Й. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта. [Текст]/ К. Нордстрем, Й. Риддерстрале – СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт–Петербурге, 2003. – 296с.

262. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики[Текст]/Д. Норт.– М.: Фонд экономической книги НАЧАЛА, 1997.– 190с.

263. Нурден, Р. Глобальная мобильность: кочующая наука[Электронный ресурс]/Р. Нурден.– Режим доступа://oko–planet.su/

264. Нурков, В.М. Социология инновационных фобий[Текст]/ В.М. Нурков // Инновации. – 2008. – №10. – С.69–71

265. Нурлыгаянов, Р.Б.Инновационным технологиям – информационные технологии[Текст]/Р.Б. Нурлыгаянов, В.А. Малаев, С.В. Лештаев// Никоновские чтения. – 2012. – №17. – С. 286–289

266. Ожегов, С.И, Шведова, Н.Ю. Толковый словарь русского языка[Электронный ресурс]/С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – М.: Азъ, 1992. – Режим доступа: <http://ozhegov.info/slovar/>

267. Окрепилов, В. В. Перспективы развития стандартизации как инструмента инновационного развития [Текст]/В.В. Окрепилов// Проблемы прогнозирования. – 2013. – №1. – С.52–62

268. Организация инновационной деятельности в университетах США. Сборник информационно–аналитических материалов[Текст]/ Н. Новгород: Изд–во ННГУ, 2011.– 96с.

269. Ортега-и-Гассет, Х. Восстание масс: Сб.: Пер. с исп. [Текст]/Х. Ортега-и-Гассет. – М.:ООО Издательство АСТ, 2001. – 509с.

270. Осипов, А.М. Функции образования в обществе [Электронный ресурс] /А.М. Осипов.//Образование и общество.– 2002. –№1(12). Режим доступа:// [http://www.jeducation.ru/1\\_2002/osypow.html](http://www.jeducation.ru/1_2002/osypow.html)

271. Основные направления политики Российской Федерации в области развития инновационной системы на период до 2010 года[Текст] // Инновации.– 2005.– №7 (84).– С. 3–6
272. Основы научного образования в современной школе: круглый стол[Текст] //Педагогика.–2004.–№10.– С.18–19
273. Палий И.Г. Креативная сущность культуры как преодоление социального абсурда[Текст]/И.Г. Палий//Социальные трансформации культуры: наблюдаемые тенденции и перспективы. Сборник статей. – СПб: Эйдос, 2013. – 326с. С.171-182
274. Палмер, Д., Палмер, Л. Эволюционная психология. Секреты поведения Homo sapiens[Текст]/Д. Палмер, Л. Палмер. – СПб.: Прайм–ЕВРОЗНАК,2007. – 384с.
275. Паниотова, Т.С. Культурная история Запада в контексте модернизации (XIX–начало XXIV.): монография[Текст]/Т.С. Паниотова.– Южный федеральный университет. – Ростов–на–Дону: Издательство Южного федерального университета, 2012.–224с.
276. Панова, И.Е. Методологические основы формирования инновационной культуры специалиста[Текст]/И.Е. Панова//Мир образования – образование в мире. – 2010.–№.3.– С.60–64
277. Панова, И.Е. Обоснование интегрированного подхода к формированию инновационной культуры специалиста[Текст] / И.Е. Панова // Современные наукоемкие технологии. – 2008. – № 7. – С. 73 – 75.
278. Пас, О.Точка конвергенции [Текст]/ Paz O. Point de convergence. Gallimard, 1976.
279. Педагогическая психология в вопросах и ответах [Текст] : учеб. пособие / В. А. Петерс. – М. : Лига, 2006. – 128 с.
280. Пек, Дж. Укол креативности[Электронный ресурс]/Дж. Пек//Неприкосновенный запас 2013 № 6 (92).–Режим доступа: <http://www.nlobooks.ru/>
281. Перехватов, Д.С.Повышение конкурентоспособности ВУЗа на рынке



образовательных услуг путем формирования единой маркетинговой политики[Текст]/Д.С. Перехватов//Инновации.– 2010.– №8 (142).– С.80–84

282. Петров, В.В. Инновационная культура в экономике знаний[Текст]/В.В. Петров// Инновационная деятельность.–2009.–№3.–С.28–32

283. Петров, М.К. Искусство и наука. Пираты Эгейского моря и личность [Текст] /М.К. Петров. Вступ. ст. С.С.Неретиной. – М : Росспэн, 1995. – 140 с.

284. Петров, М.К. Историко-философские исследования[Текст]/М.К. Петров.– М.: Росспэн, 1996.–511с.

285. Петров, М.К. Самосознание и научное творчество[Текст]/М.К. Петров.– Ростов–на–Дону. Изд–во РГУ.1992. –272с.

286. Петров, М.К. Человек и культура в научно–технической революции[Текст]/М.К. Петров // Вопросы философии. – 1990. – № 5.

287. Петров, М.К. Язык, знак, культура[Текст]/М.К. Петров. – М.: Наука, 1991.–328с.

288. Пигров, К.С. Социально–философские проблемы творчества[Текст]/К.С. Пигров.– Л,1982.–56с.

289. Поддьяков, Н.Н.Творчество и саморазвитие детей дошкольного возраста: Концептуальный аспект[Текст]/Н.Н. Поддьяков. Волгоград, 1995.

290. Подласый, И.П. Педагогика. В 2 томах. Том 1. Теоретическая педагогика[Текст]/И.П. Подласый.– М.: Юрайт, 2013. –777 с.

291. Покровский, Н.Е. В зеркале глобализации[Текст]/Н.Е. покровский//Сумерки глобализации: Настольная книга антиглобалиста.– М.: ООО «Издательство АСТ: ЗАО НПП «Ермак», 2004. — 348, [4] С. 54–75

292. Покровский, Н.Е. Побочный продукт глобализации: университеты перед лицом радикальных изменений[Текст]/Н.Е. Покровский// ОНС. – 2005. – №4. – С.148–154

293. Понукалин, А.А. Социальная психология формирования инновационной личности[Электронный ресурс]/А.А. Понукалин.– Режим доступа: <http://www.sudexp.org/>

294. Попов, А.А. Инновационная культура предпринимателя[Текст]/А.А.

Попов// Вестник Вятского государственного гуманитарного университета.– 2009.– Т. 4.№3.– С. 65–68.

295. Постиндустриализм. Опыт критического анализа: Монография[Текст].– М.: Научный эксперт, 2012. – 288 с.

296. Пригожин, А.И. Нововведения: стимулы и препятствия[Текст]/А.И. Пригожин.– М.: Политиздат,1989. – 271с.

297. Приходченко, О. А. Психологические особенности восприятия инновационного продукта потребителем [Электронный ресурс]/О.А. Приходченко.– Режим доступа: <http://cae.nsu.ru/ssylki/stati/128>

298. Психология: Словарь[Текст]/ Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. М.: Политиздат,1990.–494с.

299. Пулер, Д. Почему мы покупаем. Мотивация и стратегия продаж[Текст]./ Д. Пулер – М: Олимп–Бизнес, 2006. – 272с.

300. Пурышева, Н.С. О метапредметности, методологии и других универсалиях[Текст] / Н.С. Пурышева, Н.В. Ромашкина, О.А. Крысанова // Вестник Нижегород. ун-та им.Н.И. Лобачевского. – 2012. – № 1 (1). –С. 11–17.

301. Пушных, В. А. Сравнительный анализ организационных культур российского и американского университетов[Текст]/В.А. Пушных// Вопросы образования.– 2010.– № 4.– С. 291–306

302. Пушных, В.А. Метафорическая модель инновационного университета[Текст]/В.А. Пушных, М.А. Ершова// Проблемы управления в социальных системах .– 2011.– №4.– С.68–81

303. Радушинский, Д.А. Основы идентичности инновационного бренда проблемы перехода к инновационной экономике[Текст]/Д.А. Радушинский, Е.А. Крылова// Проблемы современной экономики . –2010.– №2.– С.42–46.

304. Режабек, Е.Я., Филатова, А.А..Когнитивная культурология: Учебное пособие[Текст]/Е.Я. Режабек, А.А. Филатова.– СПб.: Алетейя,2010. –316с.

305. Реттих, С. В. Инновационная культура как социокультурный ресурс развития общества: Монография[Текст]/С.В. Реттих.– Барнаул.: АНО ВПО «Алтайская академия экономики и права (ин-т)», 2009.–188с.

306. Реттих, С.В. Актуализация изучения инновационной культуры в культурологии [Текст] / С.В. Реттих // Вестник алтайской академии экономики и права. – 2011. – №1 (19). – С. 19–24

307. Рибо, Т. Опыт исследования творческого воображения [Текст] / Т. Рибо. – СПб.: Типография Ю. Н. Эрлихъ, 1901. – 329 с

308. Риск в образовании молодежи («круглый стол») [Текст] // СОЦИС. – 2006. – №5. – С. 42–51

309. Ритцер, Д. Макдональдизация общества 5. [Текст] / Д. Ритцер Пер. с англ. А.В. Лазарева. – М.: Издательская и консалтинговая группа «Праксис», 2011. – 592 с.

310. Роздольская, И.В. Инновационная культура – стратегический ресурс организаций потребительской кооперации [Текст] / И.В. Роздольская // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2003. – №1. – С. 86–94.

311. Рукина, И.М., Современное образование в контексте модернизации и инновационного развития промышленности России [Текст] / И.М. Рукина, Д.С. Петросян // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2012. – №3 Т. 5. – С. 17–31

312. Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. Третье издание [Текст]. – М.: ЦСИН, 2006. – 192 с.

313. Рыгалин, Д.Б., Место инновационного университета в экономической системе, основанной на знаниях [Текст] / Д.Б. Рыгалин, С.Е. Зайченко, А.В. Леонтьев, А.В. Микитась, Т.Ю. Стельмах // Инновации. – 2006 – № 7(94). – С. 48–53

314. Рысакова, П.И. Система образования в китайском обществе: социологический анализ социокультурной эволюции [Текст] / П.И. Рысакова. – СПб.: Алетейя, 2010. – 212 с.

315. Сабинаина, Н.Н., Инновационная культура педагога дополнительного образования – структурный компонент общей педагогической культуры [Текст] / Н.Н. Сабинаина // Вестник ТОГИРРО. – 2013. – №1. – С. 149–151.

316. Савельев, С.В. Структурно-морфогенетические основы развития

когнитивных способностей человека[Текст]/С.В. Савельев// Когнитивные исследования: Проблема развития. Сборник научных трудов: Вып. 3 / Под ред. Д. В. Ушакова.– М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2009.–С.171–194

317. Савенков, А.И Психология детской одаренности[Текст]/А.И. Савенков.– М.: Генезис, 2010. – 440 с.: с ил.

318. Салберг, П. Образовательные реформы для повышения экономической конкурентоспособности[Текст]/П.Салберг//Вестник международных организаций.– 2009.– № 1 (23).– С. 15–33

319. Санникова, Т.Д. Активность – залог эффективности. Формирование условий развития инновационной культуры в контексте стратегии модернизации российской экономики[Текст]/ Т.Д. Санникова, Р.С. Петров//Креативная экономика.–2011.–№2.– С.85–86

320. Санто, Б. Инновации как средство экономического развития: пер. с венг. Общ.ред и вступ.ст. Б. Сазонова[Текст]/Б. Санто.– М.: Прогресс, 1990.– 296с.

321. Сафарова, Г.А. Инновационная культура педагогов в региональной системе образования: социологический анализ[Текст]/Г.А. Сафарова//Образование. Наука. Инновации.–2011.–№ 3(18).–С.16–17

322. Скорнякова, Э.Р. Инновационная культура современного учителя[Текст]/Э.Р. Скорнякова// Проблемы и перспективы развития образования в России. –2011.–№11.– С. 345–350.

323. Современная западная социология: Словарь[Текст]/ Сост. Ю.Н. Давыдов, М.С. Ковалева, А.Ф. Филиппов, ред. В.И. Кураев, О.Ю. Бойцова, И.И. Жиброва, Д.М.Носов.– М.: Политиздат, 1990. – 432с.

324. Солтамурадова, Х.М. Реализация индивидуального подхода в развитии инновационной культуры у преподавателей вуза[Текст]/Х.М. Солтамурадова // Научно–теоретический журнал «Ученые записки».– 2007.– №4(26).–С.89–93

325. Сосланд, А.И. Влечение к новизне: теория и практика[Текст]/ А.И. Сосланд //Знание–сила. – 2006. – №8.–С.40–46

326. Сосунова, Л.А., Научное знание как источник инновационного развития экономики[Текст]/Л.А. Сосунова, Е.А. Срепер // Экономические науки.– 2010.– № 7(68).– С. 67–70

327. Социальные технологии. Толковый словарь[Текст]/ Отв. ред. В.Н. Иванов. – Москва–Белгород: Луч–Центр социальных технологий, 1995.– 309 с.

328. Социология науки и технологий[Текст].– 2010.– Том 1. № 2.

329. Социология: Энциклопедия[Текст] / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко.– Мн.: Книжный Дом,2003.— 1312 с.

330. Спиркин, А. Г. Сознание и самосознание[Текст]/А.Г. Спиркин.– М.: Политиздат, 1972.–303с.

331. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года Минэкономразвития России[Электронный ресурс].Режим доступа <http://www.economy.gov.ru/mines/>

332. Стратегия развития науки и инноваций в Российской Федерации на период до 2015 года/Утверждена Межведомственной комиссией по научно–инновационной политике (протокол от 15 февраля 2006 г. № 1)

333. Сурова, Е. Э. Ценностная ситуация глобальной эпохи[Текст]/Е.Э.Сурова// Культура на рубеже XX–XXI веков: глобализационные процессы. СПб.: Нестор–История,2009.– С.304–321.

334. Тамберг, В. Бренд. Боевая машина бизнеса[Электронный ресурс]/В. Тамберг, А. Бадьин.– Режим доступа:<http://www.olbuss.ru>

335. Тарабаева, В.Б. Инновационное развитие ВУЗов: проблемы управления конфликтами : моногр. [Текст]/ В.Б. Тарабаева. – Белгород: Изд–во БелГУ, 2007.– 324 с.

336. Твисс, Б. Управление научно–техническими нововведениями[Текст]/пер. с англ./ Предисл. и науч.ред. К.Ф. Пузыня. М.:Экономика.–1989.– 271с.

337. Терехова ,Т.А. Социальные роли новаторского типа и динамика их формирования[Текст]/Т.А. Терехова, Н.Э. Вишнева, Е.В. Бабкина //Психология в

экономике и управлении.– 2010.– №1. –С.50–56.

338. Терехова, Т.А. Инновационность личности как экономизированный вариант творчества[Текст]/Т.А. Терехова//Экономическая психология: актуальные исследования и инновационные тенденции: материалы десятой юбилейной междунар. науч.–практ. конф. /под общей ред. д-ра психол. наук, проф. А.Д. Карнышева. – Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2009.–574с.

339. Тимофеева, А. А. Сущность университетского образования в педагогическом наследии Джона Генри Ньюмена[Текст]/А.А. Тимофеева // Психопедагогика в правоохранительных органах .– 2014.– №1 (56).– С.59–63.

340. Ткач, Д.С. Архаична ли идея классического университета[Текст]/Д.С. Ткач, А.А. Щипкова//Образовательные технологии.– 2013.– №3.– С.44–48

341. Тоффлер, Э. Метаморфозы власти: Пер. с англ. [Текст] / Э. Тоффлер. — М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. — 669, [3] с. — (Philosophy)

342. Тоффлер, Э. Революционное богатство[Текст] / Элвин Тоффлер, Хейди Тоффлер.– М.: АСТ: АСТ МОСКВА, 2008.–569с.

343. Тоффлер, Э. Шок будущего: Пер. с англ. [Текст]/Э. Тоффлер.– М.: ООО «Издательство АСТ», 2002.–557с.

344. Траутман, Е.А. Инновационная экономическая культура как фактор формирования социально–экономической системы инновационного типа[Текст]/Е.А. Траутман//Актуальные вопросы образования и науки. сб. научных трудов по материалам Международной научно–практической конференции: в 11 частях.– 2014.– С. 136–137.

345. Триандис, Г.К. Культура и социальное поведение [Текст]/Г.К. Триандис. – М.: Форум, 2007.–384с.

346. Тужикова, О.Г. Инновационная культура в предпринимательстве[Текст]/О.Г. Тужикова//Ученые записки Петрозаводского государственного университета. Серия: Общественные и гуманитарные науки.– 2013.–№3 (132).–С.111–114

347. Тукумцев, Б.Г. Социологический анализ культуры инновационной деятельности в научных учреждениях[Текст]/Б.Г. Тукумцев//Инновации. – 2008.

– № 10(120). – С.85–91.

348. Тукумцев, Б.Г. Формирование понятийного аппарата социологического анализа инновационной деятельности [Текст]/Б.Г. Тукумцев// Петербургская социология сегодня — 2013 : сборник научных трудов социологического института ран. вып. 5. — СПб. : Нестор–история.– 2014.– С. 107–157

349. Тульчинский, Т.Г. Культура как ресурс и барьер инновационного развития[Текст]/Т.Г. Тульчинский//Инновации.– 2012.– №5 (163).– С. 74–79

350. Тхостов, А. Ш. Патологические формы социализации человека[Текст]/А.Ш. Тхостов// Человек в единстве социальных и биологических качеств. Отв. ред.А.А. Гусейнов. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ». – 2012. – С.297–309

351. Ульянова, О.Ю. Инновационная культура в эволюционно–технологическом развитии экономических систем[Текст]/О.Ю. Ульянова, М.Е. Никифорова//Вопросы экономических наук.– 2006.–№6(22).– С. 80–81

352. Университет исследовательского и предпринимательского типа: европейский опыт для Молдовы, России и Украины.: Научно–практическое издание / кол. авторов рук. авт. коллектива Хименко О. А. – К.: Общество с ограниченной ответственностью «Т. А. Т. ГРУП», 2011.

353. Уэбстер, Ф. Теории информационного общества [Текст] /Ф. Уэбстер Под. ред. Е.Л. Вартановой. –М.: Аспект Пресс, 2004. – 400 с.

354. Федеральный закон от 23.08.1996 N 127–ФЗ (ред. от 03.12.2012) «О науке и государственной научно–технической политике»

355. Федеральный закон от 29.12.2012 N 273–ФЗ (ред. от 31.12.2014) "Об образовании в Российской Федерации" (29 декабря 2012 г.)

356. Федосова, Р.Н. Инновационная культура: современная парадигма[Текст]/Р.Н. Федосова, А.В. Барышева, Н.Л. Борщёва//Инновации в образовании.– 2015.–№8.– С. 63–75.

357. Федотова, В.Г. Модернизация «другой Европы. [Текст] М.: ИФ РАН, 1997. – 255с.

358. Федотова, В.Г. Рецензия: Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2002[Текст] // Социологические исследования. 2003.–№ 9.
359. Федотова, В.Г. Хорошее общество[Текст]/В.Г. Федотова.–М.: Прогресс–Традиция,2005.–541с.
360. Филатов, В.П. Энциклопедия эпистемологии и философии науки [Электронный ресурс]/В. П.Филатов.– Режим доступа: [http://epistemology\\_of\\_science.academic.ru/](http://epistemology_of_science.academic.ru/)
361. Филонова Е.И. Экономическая культура современной России в контексте Постмодерна// Дис. ... канд. филос. наук : 24.00.01. –Ростов-на-Дону, 2010. – 151 с.
362. Философия культуры. Становление и развитие[Текст]. СПб.: Издательство «Лань»,1998. – 448с.
363. Философский словарь[Текст]/Под ред. И.Т. Фролова.– 7–е изд., перераб. и доп. – М.:Республика,2001 – 719с.
364. Философский энциклопедический словарь[Текст]. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 840с.
365. Флорида, Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее [Текст]/ Р. Флорида. – М. Классика XXI, 2005. – 432с.
366. Фокина, В.Н. Формирование инновационной культуры преподавателя вуза: социологический аспект управления //диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук / Москва, 2001
367. Фортунатова, В.А. Персонализм в системе базовых компонентов культурологии[Текст] /В.А. Фортурнатова//Фундаментальные проблемы культурологии: том V:Теория и методология современной культурологии/отв. редактор Д.Л. Спивак. – М., СПб.: Новый хроногораф, Эйдос 2009. – С.31 – 42
368. Фулер, С. В чем уникальность университетов? Обновление идеала в эпоху предпринимательства[Текст]/С. Фулер //Вопросы образования. – 2005.Т.2.№2. – С. 2– 28
369. Хабермас, Ю. Техника и наука как «идеология[Текст]/Ю. Хабермас/Пер. с нем. М.Л. Хорькова. – М: Праксис, 2007. – 208с.



370. Хагуров, Т.А. Образование в стиле пепси (полемиические заметки) [Текст]/Т.А. Хагуров//Социс.– 2010.–№7.– С.96–103
371. Ханушек, Э. Роль качества образования в экономическом росте[Текст]/Э. Ханушек, Л. Весман//Вопросы образования.– 2007.–№3.– С. 115–185
372. Харви, Д. Неолиберальная урбанизация[Электронный ресурс]/Д. Харви.– Режим доступа: <http://www.redflora.org/>
373. Харин, А.А. Инновационная экономика России. Реалии и перспективы [Электронный ресурс]/А.А. Харин, В.П. Майборода.– Режим доступа: <http://nit.miem.edu.ru/2003/harinmyboroda.htm>
374. Херцберг, Ф. Мотивация к работе[Текст]/Ф. Херцберг, Б. Моснер, Б.Б. Снидерман. – М.: Вершина, 2007. – 238с.
375. Хиз Дж., Поттер Э. Бунт на продажу. Пер с англ. [Текст]/Дж. Хиз, Э. Поттер.– М.: Добрая книга, 2007. – 456с.
376. Холодкова, Л.А. Формирование инновационной культуры субъектов военного профессионального образования: теория и практика//диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук / Санкт–Петербург, 2005. – 377с.
377. Холодная, М. А. Психология интеллекта: парадоксы сознания[Текст]/М.А. Холодная.– 2–ое изд, перераб. и доп. СПб.: Питер, 2002. – 272 с
378. Хольгер, М. Тэйлоризм 3.0 [Электронный ресурс]/М. Хольгер.– Режим доступа:<http://liberadio.noblogs.org/>
379. Хомский, Н. Государства–изгои. Право сильного в мировой политике [Текст]/Н.Хомский. – М.: Логос, 2003. – 320с.
380. Хомутова, Н.Н. «Креативность» и «творчество» личности в обществе инноваций [Текст]/ Н.Н. Хомутова// Вестник Волгоградского гос. ун–та. Сер. 7, Филос. – 2012.– № 3 (18) – С.92–97
381. Цветкова, И.В. Инновационная культура как система[Электронный ресурс]/И.В. Цветкова// Научно–методический электронный журнал «Концепт».

2015. № S10. С. 36–40. Спецвыпуск No 10.ART5173–URL:<http://e-koncept.ru/2015/75173.htm>

382. Цветкова, И.В. Функции инновационной культуры в сфере образования[Текст]/И.В. Цветкова// Культурное наследие России.–2014.– № 4.– С. 62–66.

383. Цыганкова, В.Н. Проблемы при реализации креативного менеджмента в организации [Текст]/В.Н. Цыганкова// Креативная экономика. — 2010. — № 9 (45). — С. 54–58.

384. Чернова, А.В. Проблемы формирования инновационной культуры современного российского общества на примере московского мегаполиса//автореферат дис. ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Московский государственный областной университет. Москва, 2013

385. Чесбро, Г. Открытые инновации[Текст]/Г. Чесбро/ Пер. с англ.В.Н. Егорова.– М.: Поколение, 2007.–336с.

386. Чиксентмихайи, М. Как творится творчество. Текст лекции [Электронный ресурс]/М. Чиксентмихайи.– Режим доступа: <http://polit.ru/article/2012/07/03/Csikszentmihalyi/>

387. Чошанов, М. Процесс непрерывного конструирования и реорганизации[Текст]/М. Чошанов //Директор школы. – 2000. – №4.– С.56–61

388. Чучин-Русов, А.Е. Культурно–исторический процесс: форма и содержание [Текст]/А.Е. Чучин-Русов// Вопросы философии.– 1996.– №4.– С. 3–14

389. Шаталова, Н.П. Конструктивизм в образовании[Электронный ресурс]/Н.П. Шаталова.– Режим доступа: <http://portalus.ru> (с)

390. Шафранов-Куцев, Г.Ф.Новые ориентиры модернизации профессионального образования в условиях информационного взрыва[Текст]/Г.Ф. Шафранов-Куцев//Образование и наука.– 2012.–№4 (93).– С.25–38

391. Шафранов-Куцев, Г.Ф.Профессиональное образование в условиях информационного взрыва[Текст]/Г.Ф. Шафранов-Куцев // Вестник ТюмГУ.– 2011.– №9.– С.6–13.

392. Швальбе Б, Швальбе, Х. Личность, карьера, успех[Текст]/Б. Швальбе, Х. Швальбе Пер с нем – М: АО Издат группа \"Прогресс–Интер\", 1993
393. Шевченко, В.С. Инновационная личность как социальный тип [Текст]/В.С. Шевченко// Научные ведомости Белгородского государственного университета. серия: Философия. Социология. Право. – 2010. – Т.2.№11. – С.37–50
394. Шекшня, С.В. Управление персоналом современной организации: Учебно–практическое пособие. Изд. 5–е, перераб. и доп. [Текст]/С.В. Шекшня.– М.: ЗАО Бизнес–школа «Интел–Синтез», 2002.–368с.
395. Шемякин, Я.Г. Личностный уровень межкультурного взаимодействия и типы творческой личности в Латинской Америке//Iberica Americans. Тип творческой личности в латиноамериканской культуре. [Текст] М.: Наследие.1997.–279с.
396. Шестопалов, М.Ю.Маркетинговая деятельность технического университета[Текст]/М. Ю. Шестопалов, О.Ю. Белаш, Н.Г. Рыжов //Инновации. – 2011. – № 3 (149). – С.12–17
397. Шипулина, Ю.С. Инновационная культура как основа благоприятной среды инновационного развития организации: методические основы оценки[Текст]/Ю.С. Шипулина//Маркетинг и менеджмент инноваций.–2013.– №1.–С.236–246
398. Шихирев, П. Н. Современная социальная психология [Текст]/П.Н. Шихирев.– М.: ИП РАН,1999.–448с.
399. Шмаков, С.А. Игры учащихся – феномен культуры[Текст]/С.А. Шмаков. –М.: Новая школа, 2004(1994). – (240)с.
400. Шпаковская, Л.Л. Политика высшего образования в Европе и России[Текст]/Л. Шпаковская.– СПб.: Норма, 2007
401. Штомпель, О.М. Демодернизационные эффекты в культуре: монография/О.М. Штомпель; Южный федеральный университет. Ростов-на-Дону: издательство Южного федерального университета, 2013. – 240с.
402. Штомпка, П. Социология. Анализ современного общества: Пер. с пол.

СМ. Червонной[Текст]/П. Штомпка. — М.: Логос, 2005. — 664 с. + 32 с. цв. вкл.

403. Шугуров, М. В. Инновационная культура в глобальном мире: проблема смысловых оснований глобального инновационного развития[Текст]/М.В. Шугуров// Философия и культура.—2012.—№10.— С.19–32

404. Шумакова, О. А. Методологические стратегии психологических исследований феномена инновационной культуры [Текст]/О.А. Шумакова// МНКО .— 2009.— №7–2.

405. Шумпетер, Й. Бизнес–циклы: теоретический, исторический и статистический анализ капиталистического процесса. [Текст] В 2–хт.Schumpeter Josef Alois.Business Cycles: a Theoretical, Historical, and Statistical Analysis of the Capitalist Process. — N Y,1939.

406. Шумпетер, Й. Теория экономического развития. [Текст]/Й. Шумпетер.— М.: Прогресс, 1982. —455с.

407. Щелкин, А.Г. «Креативная» цивилизация. Идея инновации в свете социологической классики [Текст]/А.Г. Щелкин // Петербургская социология сегодня: Сборник научных трудов Социологического института РАН. — СПб.: Нестор–История, 2011. — 380 с. С.278–292

408. Экономика США [Текст] / Под ред. В.Б. Супяна. СПб.: Питер, 2003 — 656с.

409. Энстулин, Д. Тавистокский институт [Текст]/Д. Энстулин.—М.: Попурри, 2014.—368с.

410. Энциклопедия рынка. М. РОСБИ.1996.Т 3. Глобальный бизнес. Интеллектуальная и промышленная собственность: 2763 термина на рус. яз., 12930 эквивалентов на англ., итал., нем., фр. яз. — М., 1996. — 665 с.

411. Энциклопедия рынка. — М.: РОСБИ,1998.Т.5.

412. Эркенова, А.В. Инновационная культура будущего педагога как компонент профессиональной компетентности[Текст]/А.В. Эркенова //Образование. Наука. Инновации: Южное измерение.— 2014.— № 2 (34).— С. 141–150.

413. Югай, Т.А. Инновационная культура Италии от античности до

современности[Текст] /Т.А. Югай // Экономика, статистика и информатика. – 2012. – № 6 С.85–90

414. Юлдашева, О.У. Когнитивный маркетинг: от продвижения продуктов к продвижению технологий потребления. Часть 1,2 [Текст]/ О.У. Юлдашева // Маркетинговые коммуникации. – 2004. – № 5 (23), №6 (24) – С. 36–40, С. 11–18

415. Юмашева, Е.В. Формирование инновационной культуры международных компаний[Текст]/Е.В. Юмашева, Д. Донецкая// Экономика. теория и практика. Материалы III международной научно–практической конференции. – Саратов, 2015. – С. 96–100.

416. Юревич, А.В. Наука и рынок [Текст]/ А.В. Юревич //Общественные науки и современность. – 1999. – №1. – С. 29–38

417. Юревич, А.В.Стратегии развития российской науки[Текст]/ А.В. Юревич// Социология науки и технологий. – 2010. – Том 1. № 1 – С. 52–67

418. Юртаева, М.Н. Особенности психологического изучения «инновационной личности» [Текст] /М.Н. Юртаева // Материалы всероссийской научно–практической конференции «Инновационная личность как резерв социально–экономического развития России» Ростов–на–Дону, РГЭУ. – 2009. – С.317–320

419. Яголковский, С.Р. Инновационность как детерминанта успешности процессов интернационализации в сфере образования[Текст]/С.Р. Яголковский//Перспективные направления психологической науки.– М.:Издательский дом НИУ ВШЭ, 2012.– С.177–187

420. Яголковский, С.Р. Психология инноваций: подходы, модели, процессы [Текст]/С.Р. Яголковский. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. – 270с.

421. Clark B.R. Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation. Issues in Higher Education. – Oxford: Pergamon Press for International Association of Universities, 1998.

422. Coffman B. Building the Innovation Culture//

423. Commission 1995. Green Paper on Innovation. COM (95) 688. Brussels,

1995.

424. Conceicao P., Heitor M. On the role of the universitig in the knowledge economy// Science and Public Poliy.V. 26, No 1, 1999.P. 45–49.

425. Danning S.H. The globalization of business: The Challenge of 1990. – L.; N.Y., 1994.

426. Economics Dictionary, Ed. Donald Wmoflat, Elsevier, №4. 1976. Oxford.Amsterdam.

427. European Trend Chart on Innovation 2000. European Commission, Directorate General Enterprises «Innovation and SME» Programme; SME:s as vehicles in regional development. Kalmar, Sweden by Lenanders Grafiska AB

428. Fine C Clocbpeed. Reading, MA: Perseus Books, 1998.

429. Florida R. The Role of the University: Leveraging Talent, Not Technology // AAAS Science and Technology Policy Yearbook 2000 / A. Teich, S. Nelson, C. McEnaney, p. 363–373

430. Foray D., Lundvall B.A. The knowledgeebased economy: from the economics of knowledge to the learning economy/Employment and Growth in the Knowledgeebased Economy. OECD. Paris, 1996. 234 p.

431. Gartner Group: KPMG Knowledge Management Resource Report, 1998. And Knowledge Management Scenario: Trends and Directions for , 1999

432. Gibbons M. The university as an instrument for the development of science and basic research: the implication of mode 2 science / M. Gibbons // Emerging patterns of social demand and university reform: through a glass darkly / D. Dill, B. Sporn eds. – Oxford: Pergamon Press, 1995

433. Goodenough W. Cultural anthropology and linguistics// Language in Culture and Society: A Reader in Linguistics and Anthropology. N.Y., 1964.

434. Goodenough W.H. Cultural anthropology and linguistics // Reports of the 7–th Annual Round Table Meeting on linguistics and language study. Col. 9. Washingto, 1957.

435. Green A., Steedman H. Educational Provision, Educational Attainment and the Needs of Industry: A Review of the Research for Germany, France,

Japan, the USA and Britain, Report no.5, London: NIESR, 1993.

436. Harris M. The rise of cultural theory. N.Y., 1968.

437. Hassan f. Postmoderne heute // Wege aus der Moderne: Schlüsseltexte der Postmoderne –Diskussion / hrsg.von Wolfgang Welsch. – Berlin, 1994. S. 47–56.

438. Haustein H., Maier H. Innovation Glossary. – Oxford, N.Y., Toronto, Sidney, Frankfurt, 1986

439. Hofstadter Richard. Anti-Intellectualism in American Life. N. Y., «Vintage Books», 1963, p. 328 — 356.

440. Horibe, F. Creating the Innovation Culture. Toronto ; New York : J. Wiley & Sons, 2001. 268c.

441. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. L.: Penguin Books, 2007.

442. Howkins J. The Mayor's Commission on the Creative Industries // Creative Industries / Ed. by J. Hartley. Malden: Blackwell Publ., 2008.

443. Inkeles A., Smith D.H. Becoming modern.– Cambridge, MA: Harvard University Press, 1974

444. Innovative to boost regional innovation // European Innovation. September 2005.

445. Leslie L., Oaxaca R., Rhoades G. Technology Transfer and Academic Capitalism // AAAS Science and Technology Policy Yearbook 2001 / A. Teich, S. Nelson, C. McEnaney, S. Lita (ed.).– Wash. (DC): AAAS, 2001. p. 261–277

446. MacDonald W. Brock. Trends in general education and core curriculum: a survey. [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.york.cuny.edu/academics/academic-affairs/general-education-reform/trends-in-general-education.pdf>

447. Mettler-Meibom B. Soziale Kosten in der Informationsgesellschaft: Überlegungen zu einer Kommunikationsökologie. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch Verl., 1987.

448. OECD Report: Public-private partnerships for research and innovation: an evaluation of the Dutch experience. – Paris: OECD, 2004

449. Regional innovation systems: the role of governance in global world. London, 1998.
450. Romer P. Endogenous Technological Change//Journal of Political Economy. V. 98, No 5, 1990. P. 24–26.
451. Ropke J. The Entrepreneurial University: Innovation, academic knowledge creation and regional Development in a globalized Economy. 1998.
452. Rozenberg, N., Nelson R. R., American Universities and technological advance in industry // Research Policy, 1994. – Vol. 13
453. Saperstein J., Rouach D. Creating Regional Wealth in the Innovation Economy: Models, Perspectives FT press.2002 384p.
454. Sarli N.Di. Research Management in European Universities / N. Di. Sarli. – Brussels: European Centre for Strategic Management of Universities, 2002. – 40 p.
455. Slaughter S.A., Leslie L.L. Academic Capitalism: Politics, Policies and the Entrepreneurial University. Baltimore, MD, 1997.
456. The First Action Plan for Innovation in Europe. Innovation for growth and employment. European Communities,1997
457. Thomas K. Creating regional cultures of innovation? The regional innovation strategies in England and Scotland // Policy review section. – Oxford, 2000. – Vol. 34, N 9. – P.190–197.
458. Vigdor M. Management of interfaces for university–industry partnership / M. Vigdor, M. Martin // Managing university–industry partnerships. – IIEP / UNESCO, ESMU, 2000
459. Whitehead A.N. Aims of Education and other essays. – London, 1929