



Е.Е. КУЧКО

СТАНОВЛЕНИЕ КАТЕГОРИАЛЬНОГО АППАРАТА СОЦИОЛОГИИ НОВОВВЕДЕНИЙ КАК ФАКТОР КОНСТИТУИРОВАНИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ

Представлены базовые категории социологии нововведений; анализируются подходы к интерпретации понятий «нововведение», «инновация», «новшество»; показано значение систематизации этих категорий для развития специальной социологической теории.

The basic categories of sociology of «recent innovation», «innovation», «novelty» are presented in the article. The importance of systematization of these categories for the development special sociological theory is shown.

Акцент на социологизацию инновационной проблематики определяется необходимостью комплексного учета системы факторов, влияющих на процесс восприятия и адаптации к нововведениям, а также предопределяющих их эффективность. Изучение инновационных проблем в рамках специальной социологической теории создает большие возможности для их диагностики и прогнозирования, для стимулирования инновационной деятельности и творческой активности, для оптимизации реализации инноваций и адаптации к ним.

Социология нововведений, представляющая собой отраслевую социологическую теорию, имеет целью концептуализировать и объяснить инновационные процессы и явления как относительно самостоятельные феномены социальной жизнедеятельности с учетом их общих и специфических связей, универсальных и частных характеристик, общих и особенных условий происхождения и функционирования. Как и всякая другая специальная социологическая теория, она имеет свою методологическую базу и методологическую концепцию изучаемой сферы, объект, предмет, категориальный аппарат, общие и специальные методы исследования. В качестве объекта социологии нововведений выступают инновационные процессы и явления как целостный феномен общественной жизни, а предметом ее являются конкретные нововведения, механизмы функционирования указанных процессов, факторы, определяющие восприятие и оценку нововведений, а также способы оптимизации этих процессов.

Несмотря на то что проблемное поле социологии нововведений достаточно хорошо определено с точки зрения гносеологической и эмпирической, есть необходимость систематизации и уточнения категориального аппарата этой социологической теории.

Можно назвать, как минимум, две причины такой необходимости: 1) высокий уровень социальной динамики, предопределяющий усиление инновационной деятельности и большое разнообразие ее форм, что делает категориальную структуру данной научной дисциплины также динамичной, стремящейся к постоянному расширению и систематическому уточнению; 2) углубление социологического анализа инновационной проблематики, создающее реальные предпосылки для построения адекватной и целостной теории названных феноменов, что дает основания конвергенции различных вариантов их интерпретации и интеграции знаний о них.

Итак, центральным понятием данной специальной социологической теории является, безусловно, нововведение. Однако следует констатировать содержательную полиативность данного термина в контексте сложившихся познавательных подходов, с одной стороны, и очевидную содержательную неравнозначность понятий «нововведение», «новшество», «инновация», что делает неоправданным их отождествление в процессе дальнейшего теоретического анализа, – с другой.

Представляется возможным фиксировать: 1) системно-деятельностную концепцию нововведений¹, согласно которой нововведение представляется как процесс разрешения объективных проблем общественного развития путем инновационной деятельности людей, предполагающей собой изменение, развитие всех способов жизнедеятельности для удовлетворения возникающих интересов и потребностей; 2) концепцию социального регулирования², где нововведения представляются как форма управляемого общественного развития, разновидность управленческого решения и неотъемлемый элемент социального регулирования; 3) концепцию инновационного менеджмента³, где «нововведение» и

«инновация» понимаются как синонимы и представляются как результат реализации нового и его практического освоения. Названные позиции фактически абсолютизируют какую-либо сторону инновационной деятельности и в силу этого не могут адекватно и исчерпывающе описать сам феномен. Следует зафиксировать ряд принципиальных моментов, предваряющих интерпретацию термина и выступающих основой его категоризации. Необходимо иметь в виду, что любое нововведение: 1) имеет определенный эффект после реализации; 2) предполагает существенное, целенаправленное, комплексное изменение структуры или системы, где оно происходит; 3) находится во взаимоотношениях прямой и обратной зависимости с факторами внешней среды; 4) является целенаправленным и комплексным процессом реализации новшества; 5) имеет свою структуру и «жизненный цикл» (период времени от зарождения идеи до ее использования потребителем)⁴. Таким образом, нововведение можно определить как комплексный, целенаправленный, логически стройный процесс создания, распространения и использования новшества, целью которого является удовлетворение потребностей и интересов людей новыми средствами, что ведет к определенным качественным изменениям состояния системы (или области, где реализуется новшество) и способствует возрастанию ее эффективности, повышению ее стабильности и жизнеспособности⁵. Нововведение будет результативным, если оно является завершенным и эффективным. Под завершенностью понимается степень реализации его потенциала, а под эффективностью – влияние реализованного потенциала новшества на различные параметры среды его реализации.

Категория «инновация» также определяется по-разному: 1) как реализация научно-исследовательского проекта высокого технологического уровня и потребительских качеств⁶; 2) как результат внедрения новшества, изменения объекта управления и получения определенного эффекта⁷; 3) как результат творческой деятельности, связанной с удовлетворением потребностей⁸. Разнообразие подходов к определению понятия «инновация» вызвано многоаспектностью инновационного процесса. Допуская возможность существования в конкретных сферах более узких, локальных определений этого термина, необходима его общая дефиниция. Итак, инновации – явления культуры, не имеющие аналогов на предыдущих стадиях развития, но которые появились и получили признание, а также закрепились в деятельности посредством изменения способов, результатов и содержания самой этой деятельности⁹.

По отношению к категориям «новшество» и «новаторство» термин «нововведение» является более широким. Прежде всего, нововведение предполагает многократное, массовое использование новшества и является результатом его освоения. Итак, новшество – это совокупность но-

вых идей, предложений, которые потенциально могут быть осуществлены и при условии их масштабного и эффективного использования стать основой любого нововведения. Новаторство же можно представить как восприимчивость субъекта к новым для данной системы идеям, опыту. Это не только массовое движение по распространению починов и новшеств, это черта личности, выражающаяся в стремлении к прогрессивному, отмечающаяся высоким чувством нового и инновационным мышлением.

Разработка и реализация нововведения представляют собой определенный процесс собственно изменений, предполагающий создание, распространение и широкое использование новшества. Этот процесс предлагается назвать инновационным. Инновационные процессы, имеющие место в реальной жизни, выражают суть процессов социальных и являются источником общественного развития. Они носят дискретный, обычно циклический характер, имеют свою структуру и тесно связаны с «жизненным циклом» нововведения. Если инновационные процессы представляют собой процессы собственно изменений в результате осуществления новшеств, то инновационные – процессы жизнедеятельности общества (личности, групп, организаций), которые должны быть изменены посредством нововведений. В силу того что нововведения, особенно социальные, представляют собой комплекс взаимосвязанных и взаимообусловленных изменений, терминологически проще его назвать инновационным массивом, включающим совокупность нововведений одного уровня. Система нововведений здесь рассматривается как целое и обусловлена социокультурными особенностями среды их реализации. Инновационные процессы реализуются через инновационную деятельность, представляющую собой вид продуктивной, творческой деятельности, направленной на реализацию нововведений. Инновационная деятельность составляет сущность любых нововведений, а в качестве своего объекта имеет все те же виды деятельности, которые уже сформировались в предыдущий период, но к настоящему времени себя изжили. Осуществление инновационной деятельности и участие в инновационных процессах связаны с инновационным поведением, которое характеризует нововведение как совокупный интерес. В широком смысле слова под инновационным поведением можно понимать действия, в которых проявляются личностные отношения субъекта к происходящим переменам. Речь идет о соответствующих взглядах, убеждениях, ценностных ориентациях, целевых установках участников инновационных процессов, что в конечном итоге проявляется в позициях, которые занимают в отношении конкретных нововведений. Это стратегический тип поведения, обеспечивающий своим носителям широкий спектр возможностей. Относясь к активным типам индивидуального или коллективного поведения, инновационное поведение выступает

способом развития индивида, организации, общества. Выбор инновационного поведения определяется многими обстоятельствами, но в основном связан с оценкой конкретного нововведения субъектом в системе его интересов, целей, ценностей, мировоззренческих принципов. Оценка нововведений часто оказывается не только неоднозначной, но и противоречивой. Отношение к нововведениям может быть изучено с помощью категории «инновативность», которая указывает на различия в восприимчивости субъекта к нововведениям. Такие различия обусловлены как сложившимися социокультурными традициями, так и психологическими особенностями самой личности. Отношение к нововведению выражается в согласии или не согласии с его реализацией и зависит не только от объективных и субъективных факторов реализации инновационного процесса, но и от характеристик самого нововведения, которыми являются: выгодность нововведения (это показатель того, насколько оно способствует повышению социально-экономической эффективности функционирования системы); совместимость (степень приспособленности и соответствия нововведения социальным нормам, ценностям, потребностям); сложность (это показатель того, насколько нововведение сложно для понимания, использования и адаптации к нему); этапность (это показатель логичности, упорядоченности реализации нововведений по фазам и стадиям); коммуникативность (уровень доступности результатов нововведений для реализации на других объектах и включения в сферу коммуникаций работников).

Можно утверждать, что осуществление нововведений зависит от факторов, связанных со средой его реализации, представляющей собой в широком смысле всю совокупность экономических, культурных, политических, технико-технологических и других обстоятельств, действующих на макроуровне, в которых реализуется нововведение. В узком смысле под средой нововведения возможно понимать особенности планирования, организации и реализации его в конкретной области. Учет фактуры среды нововведения весьма важен, так как делает процесс разработки и реализации нововведения более эффективным и адекватным за счет возможности задействовать механизмы стимулирования и мотивации, планирования и управления, социологического изучения и маркетингового обеспечения. Нужно понимать нововведение как комплексный процесс, имеющий свою структуру и логику развития, испытывающий на себе воздействие окружающей среды и оказывающий на нее обратное влияние. Совокупность взаимодействующих факторов и элементов среды нововведения создает определенную атмосферу, климат нововведения, в котором и происходит его развитие, в то же время реализация нововведения изменяет каждый из элементов среды. Инновационный климат может быть естественным и сформированным. Во втором случае речь идет о целенаправленном соз-

дании специфической обстановки, атмосферы, стимулирующей творческую активность и открытость изменениям через соответствующую переориентацию организационной культуры на инновации, формирование системы инновационного менеджмента и лидерства, использование системы мотивации и стимулирования инновационной деятельности, а также всех научно-технических и коммуникационных возможностей в инновационном процессе. Формирование среды нововведения тесно связано с разработкой системы инновационной политики, которая существенно влияет на инновационную деятельность. Инновационная политика – совокупность принципов, решений и действий, направленных на обеспечение развития инновационного потенциала, эффективную реализацию нововведений, научную организацию инновационной деятельности, использование инновационных социальных технологий, обеспечение научного управления и обоснования инновационной деятельности и формирование инновационной культуры. Инновационная политика – целостная система действий, определяющая инновационную стратегию развития конкретных организаций и обществ, поэтому она может проводиться как на государственном, так и на организационном уровнях. Инновационная политика предполагает формирование инновационной культуры и инновационных социальных технологий как самостоятельных факторов инновационной деятельности. Инновационные социальные технологии – структурированная совокупность приемов и методов, направленных на изучение, актуализацию и систематизацию инновационной деятельности, в результате которой создаются и реализуются нововведения, вызывающие качественные изменения в различных сферах жизнедеятельности, ориентированные на рациональное использование материальных, экономических и социальных ресурсов¹⁰. Инновационная культура – сложившаяся в ходе общественно-исторической практики система норм и способов осуществления нововведений, отношения к ним, характерная для конкретного общества, организации или человека. Она регулирует инновационное поведение через передачу из поколения в поколение сложившихся видов инновационного поведения, способов оценки и селекции нововведений, а также обеспечивает конструирование новых вариантов инновационной деятельности.

В рамках данной статьи в качестве центральных категорий социологии нововведений были обозначены: нововведение, инновация, новшество, новаторство, результативность нововведений, завершенность нововведений, эффективность нововведений, инновационный процесс, инновизируемые процессы, инновационный массив, инновационная деятельность, инновационное поведение, инновативность, среда нововведения, инновационный климат, инновационная политика, инновационные социальные технологии, инновационная культура. Безусловно, пред-

ставленные категории не репрезентируют весь категориальный аппарат социологии нововведений, а являются ключевыми и дают возможность развитию дальнейшей научной деятельности по систематизации и концептуализации категорий инноватики с позиций социологической науки.

Для решения задачи интенсификации инновационных процессов необходимо развитие комплексных исследований этих процессов, в том числе социологических исследований нововведений. Результаты таких исследований позволят: 1) обогатить инновационную теорию; 2) конкретизировать поле инновационных проблем в рамках социологических исследований; 3) эксплицировать, систематизировать и конкретизировать категориальный аппарат социологии нововведений; 4) обозначить возможности диагностики и проектирования не только технико-экономических, но и социально-организационных и социокультурных параметров конкретных нововведений. Все это будет способствовать развитию системы профессионального консультирования нововведений, главной целью которого является осуществление целенаправленного обучения персонала и руководителей организаций восприимчивости к нововведениям, развитию инновационных способностей и инновационной культуры.

¹ См.: Лапин Н.И. Актуальные проблемы исследования нововведений // Социальные факторы нововведений в организационных системах. М., 1980; Лапин Н.И., Пригожин А.И., Сазонов Б.В., Толстой В.С. Нововведения в организациях. М., 1984; Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия. М., 1989.

² См.: Анищик В.М. Инновационная деятельность: словарь-справочник. М., 1998. С. 74; Александров В.А. Прогнозирование и управление нововведениями. М., 1988. С. 36; Бестужев-Лада В.Н. Социальный процесс и социальное нововведение // Социс. 1990. № 8. С. 90.

³ См.: Коллонтай М.М. Инновационный менеджмент. Мн., 1997. С. 41–42; Гавриленко В.Г. Правовые основы государственной инновационной политики. Мн., 2006. С. 353–354.

⁴ См.: Гавриленко В.Г. Указ. соч. С. 345.

⁵ См.: Кучко Е.Е. Нововведение // Социология. Энциклопедия. Мн., 2003. С. 635.

⁶ См.: Коллонтай М.М. Указ. соч.

⁷ См.: Бовин А.А. Управление инновациями. М., 2006. С. 237.

⁸ См.: Оголева Л.Н. Инновационный менеджмент. М., 2003. С. 76.

⁹ См.: Научные основы идентификации и использования общественно-функциональных инноваций / А.В. Марков и др.; Под науч. ред. П.Г. Никитенко. Мн., 2004. С. 328.

¹⁰ См.: Кучко Е.Е. Инновационные социальные технологии // Социология. Энциклопедия. Мн., 2003. С. 366.

Поступила в редакцию 04.01.08.

Елена Евгеньевна Кучко – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии.