

Э.А. Орлова,
 директор Института социальной и культурной антропологии
 ФГБОУ ВПО «Государственная академия славянской культуры», доктор философских наук

ПОНЯТИЕ ИННОВАЦИИ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ ИССЛЕДОВАНИИ

В статье понятие «инновация» представляется как социокультурная категория, необходимая при изучении микродинамических процессов в обществе и культуре. Базируясь на принятых в экономике представлениях, автор интерпретирует их применительно к социокультурной реальности и рассматривает процесс нововведения от момента зарождения новшества до управления процессом его распространения.

Ключевые слова: бифуркация, инновация, нелинейная динамика, новатор (инноватор), транзитивное общество, социокультурное пространство, синергетика

E. Orlova,
 Director of the Institute of Social and Cultural Anthropology
 FGBOU VPO 'State Academy of Slavic Culture', Doctor of Philosophy

THE CONCEPT OF 'INNOVATION' IN SOCIO-CULTURAL RESEARCH

The concept of 'innovation' is presented as a socio-cultural category, necessary when studying the mikro-dynamics of the society and culture. The author interprets economic term 'innovation' in relation to the socio-cultural reality and considers the process of innovation as a whole.

Keywords: bifurcation, innovation, nonlinear dynamics, novator (innovator), transitive society, socio-cultural space, synergetic

Обращение к теме инноваций в культуре обусловлено двумя важными обстоятельствами. Во-первых, в современной социально-научной литературе ее трактовка сводится исключительно к экономической. Во-вторых, по замечанию В.Б. Аграновича, по «существу нет ответа на вопрос, какова же роль и природа инноваций в транзитивном обществе», тем более что понятия «новшество», «новация», «нововведение», «инновация», «инноватика», «инновационные технологии» стали типичными маркерами развития общества нового типа, идущего на смену индустриальному обществу»¹.

Анализ работ, посвященных этой теме, свидетельствует о том, что она ограничивается не только экономико-технологической практикой, но и исключительно ее прикладным аспектом. Теоретическое осмысление инновации как феномена, относящегося к более широкому социокультурному контексту, практически отсутствует, тогда как изменчивость и транзитивность стали очевидными характеристиками общества периода постмодерна, а сама тема возникает из интенсификации научно-технической и предпринимательской активности, порождающей новые и усовершенствованные объекты, расширяющие интеллектуальное и вещественное социокультурное пространство.

¹ Агранович В.Б. Содержание понятия «инновация» как социально-философской категории // Известия Томского политехнического университета. Т. 312. Вып. 6. 2008.

Следует подчеркнуть, что ориентация на новизну в отношениях с окружением так же свойственна человеку, как и на инерционное воспроизведение уже существующих и привычных их форм. Инновации начинаются с вариаций внутри установившихся паттернов совместной активности, нерегулярных выходов за их пределы, которые постоянно рождаются в этом контексте. Способность людей рождать оригинальные идеи или создавать вещественные объекты, обеспечивающие им адаптационные преимущества, является естественным антропологическим свойством. Сложившееся в экономике представление о том, что инновация – это только новый продукт или новая услуга, с точки зрения социологии культуры и культурной антропологии оказывается весьма ограниченным. Оно распространяется на изменения, относящиеся к структурам и функциям общественных институтов, социокультурным процессам и жизненным стратегиям. Однако большинство новообразований, рожденных в совместной активности членов общества, не становятся фактами культуры из-за отсутствия механизмов их отбора и закрепления, а также каналов распространения, которые обеспечивали бы воплощение наиболее удачных из них в культурные ценности. Само же стремление к обновлению жизненной среды или форм активности как социокультурный феномен в чрезмерно стабильных ситуациях порождает своего рода «синдром» новизны, новизны во что бы то ни стало вне зависимости от последствий.

В отношении последствий инноваций в самом общем виде можно выделить две трактовки, связанные с их оценкой в обществе и культуре. Одна из них предполагает, что ориентация на новизну порождает деструктивные для социальных систем последствия, которые представляют собой случайные флуктуации в их динамике. В этом случае основной закономерностью сохранения самостождественности общества и культуры является преобладание, обеспечиваемая действием механизмов традиции и поддержания гомеостаза в отношениях с окружением. Сторонники другой полагают, что именно стремление к обновлению обуславливает существование социокультурных единиц в осевом времени, различные формы их изменений. С этим взглядом согласуются выводы современных системных исследований: системы, стратегически ориентированные на стабильность, гармонию и т.п., рано или поздно обречены на стагнацию. В то же время в теории культуры существует точка зрения, согласно которой инновация в искусстве представляет собой так называемую вторичную обработку уже существующих артефактов путем их комбинаций, а также деконструкции-реконструкции. Но это относится не только к эстетическим объектам, но и к обновлениям в других областях социокультурного пространства как на институциональном, так и обыденном уровнях. Иными словами, инновацию можно рассматривать как отказ от традиционных ответов на вызовы окружения и поиск новых в культуре прошлого и настоящего.

Тема культурных инноваций приобретает особую значимость применительно к «транзитивному обществу», определяемому как особое состояние социальной системы, характеризующее ее переход от одной закономерной фазы существования к другой либо к разрушению. Последняя четверть XX в. отличается существенными изменениями в основных областях общественной жизни, которые в социальных науках трактуются как переход к постиндустриальному типу общества. Он характеризуется рядом значительных показателей. Меняется демографическая и экологическая конфигурация отношений человека с окружением. С 70-х гг. XX в. в экономической сфере происходит возрастание роли деконцентрации и демонополизации производства, повышение удельного веса малых и средних предприятий с одновременным усилением глобальных интегративных процессов. В то же время нарастает кризис сложившейся экономической парадигмы, что проявляется в нерешенности энергетических, монетарных проблем, проблем занятости и т.п. В политической сфере

обнаруживается обилие мелких партий и общественных движений, которые отражают децентрализацию власти во многих странах. Меняется центр идеологических столкновений. На уровне социально значимого знания плюрализм в областях философии, науки, искусства сопровождается усилением фундаментальных принципов мировых религий.

Эта ситуация в терминах синергетики порождает то, что можно обозначить как область бифуркаций, которая с точки зрения внутренней формы оказывается полностью неопределенной. В такой период появляется множество новых реакций на это состояние, из конкуренции и объединения которых впоследствии происходит отбор наиболее вероятных вариантов векторов социокультурной динамики. Поскольку в настоящее время проблемы современного транзитивного общества носят глобальный характер и транзитивность приобретает разнообразные формы, их осмысление, исследование, выделение их ключевых признаков, оценка уже проявившихся и возможных последствий их осуществления представляются актуальными. В то же время еще ничтожно мало известно о роли инноваций в таких условиях, и необходимы исторические, социологические, антропологические исследования тех способов, которыми в разное время и в разных странах они определяли генеральные направления социокультурной динамики.

При изучении инноваций в качестве объекта рассматривается артефакт², который до этого не существовал или не был включен в социальный обиход. Его определение включает в себя: 1) материальные и интеллектуальные ресурсы, использованные при его создании («вход»); 2) выполняемые им функции («выход»); 3) среду его применения и реакции пользователей на его полезные и неудовлетворительные характеристики («обратная связь»).

Главным атрибутом, интегрирующим совокупность потенциальных компонент в определенную инновацию, является качество «новизны», понимаемое как появление артефакта, отношения с окружением, оценки, которых до этого не существовало в рассматриваемом социокультурном контексте. Такие новые культурные объекты могут также включать в себя хорошо известные элементы, и потому при исследовании необходимо специальное внимание уделять характеру их сочетания с новообразованиями. Иными словами, важно понять, обеспечивается ли необходимая структурная, функциональная и семантическая целостность инновационного объекта, а также его свойство как открытой системы, позволяющей пользователям с его помощью адаптироваться к изменчивости окружения³.

При изучении формирования культурных инноваций в транзитивном обществе целесообразно использовать синергетическую методологию, поскольку она позволяет осмысливать становление новых артефактов в ситуациях неопределенности. Так, в ее рамках рассматриваются механизмы реализации случайных процессов, благодаря которым осуществляется переход от одного уровня самоорганизации к другому, возникновение порядка через флуктуации⁴. Соответственно, синергетические идеи позволяют принимать во внимание такие характеристики порождения и закрепления инноваций в культуре, как случайность, коэволюция, альтернативность, нелинейность, риск и т.д.

Понятие культурной инновации можно отнести к артефакту (культурному объекту), относящемуся к любому классу (вещи, воплощенные идеи и образы, технологии, регулятивные образования, оценочные критерии). В результате ее использования происходят качественные изменения в зонах социокультурного пространства, где она используется. Такие объ-

² См.: Орлова Э.А. Артефакт как единица анализа социокультурной микродинамики // Обсерватория культуры. 2010. № 5. С. 4–10.

³ См.: Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. 4-е изд., стер. М., 2003.

⁴ См.: Степин В.С. Эпоха перемен и сценарии будущего // <http://spkurdyumov.narod.ru/pro-gi.htm>

екты порождаются как отдельными лицами, так и совместными усилиями представителей определенных социокультурных групп.

Слово «инновация» происходит от латинского *novatio*, что означает «обновление» (или «изменение»), и приставки *in*, которая переводится с латинского как «в направлении», если переводить дословно *innovatio* – «в направлении изменений». В научном обиходе оно впервые появляется в XIX в., а значимость содержательно нагруженного термина приобретает в начале XX в. благодаря американскому экономисту Й. Шумпетеру⁵. Он понимал инновацию как новую научно-организационную комбинацию производственных факторов, обусловленную поиском конкурентных преимуществ.

Таким образом, с самого начала инновация рассматривалась в экономике как далеко не любое изменение, но только такое, которое значительно повышает эффективность действующей системы. Например, Б. Твист подчеркивает, что изобретение или идея становятся инновацией, когда приобретают экономическое содержание. Согласно Ф. Никсону, таковой следует считать совокупность технических, производственных и коммерческих изменений, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования. Б. Санто обозначает этим термином такой общественный, технический, экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий, и если он ориентируется на экономическую выгоду, то приносит прибыль.

В ходе экономических исследований в XX в. по отношению к изменениям различных составляющих производственных процессов сложился целый ряд терминов. Центральным стало понятие «инновация», под которым подразумевались процесс и результат успешного изменения такого рода, отличающегося новизной, рыночным спросом, возможностью приносить прибыль тем, кто его иницирует и поддерживает. Иными словами, это конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта или услуг, реализуемых на рынке, а также технологического процесса, используемого в практической деятельности. Принято выделять понятия «продукт-инновация» и «процесс-инновация». В первом случае – это результат разработки или заимствования и внедрения новой или усовершенствованной продукции в рыночное пространство, во втором – разработка и внедрение новых или усовершенствованных производственных процессов.

Понятие «технологическая инновация» в узком смысле относится к разработке и освоению новых или усовершенствованных производственных процессов. В более широком смысле его используют применительно к областям организации и управления производством, социальных или информационных технологий.

С термином «инновация» тесно связаны понятия «изобретение» и «открытие». В первом случае речь идет о новых артефактах (механизмах, инструментах, технологиях), созданных человеком на основании имеющихся знаний и навыков в области комбинаторики. Как правило, они конструируются и используются в прагматических целях. Во втором – о процессе столкновения с ранее неизвестными феноменами в отношениях с окружением. В области науки они осмысляются на фундаментальном уровне и не связаны с получением экономической выгоды.

Понятие «новшество» относится к артефакту, появившемуся на рынке в результате коммерциализации определенного изобретения или практического использования открытия. Коммерциализация новшества – это процесс выведения его на рынок с целью получения прибыли.

⁵ Шумпетер Й. Теория экономического развития. М., 1982 // <http://www.Progressive-Management.com.ua/>

Под «*новацией*» понимается явление, открытие, изобретение, метод удовлетворения общественных запросов и т.п., которых не было раньше. С точки зрения экономики новация является «полуфабрикатом», или компонентом, с помощью которого можно создать товар, обладающий потребительской ценностью и пользующийся спросом у потребителей. Самостоятельной ценностью новация является только для инноваторов (новаторов).

Следует отметить, что согласно таким общепринятым определениям понятие *новация* шире по значению, чем *инновация*. Последнее ограничено специальным требованием интегрированности *новшества* в рыночный процесс. Кроме того, *новация* предполагает потенциальную возможность прагматического использования *новшества*, тогда как *инновация* – как процесс, так и результат экономически значимого изменения.

Инноватор (новатор) – лицо, совершившее открытие или изобретение, либо вносящее изменения в какие-нибудь из составляющих производственного процесса.

Принимая во внимание характеристики понятия инновации, утвержденные в социальных науках благодаря экономическим исследованиям, можно использовать его применительно к социокультурной реальности с точки зрения того, как с его помощью уточнить представления о ее микродинамике. Обращаясь к изучению процессов, происходящих в транзитивном обществе, следует подчеркнуть, что появляется возможность проследить конституирование относительно устойчивых артефактов и их комбинаций в ситуациях неопределенности с использованием синергетических представлений.

В социокультурном смысле обобщенное определение понятия⁶ указывает на процесс и результат изменений, подразумевающих новое качество артефакта, жизненной среды, новое состояние социальной системы. С динамической точки зрения инновация есть процесс движения новшества в рамках социально значимой проблемной ситуации от этапа зарождения идеи через получение результатов ее реализации до изменений, вызванных их использованием в отношениях людей с окружением. Иными словами, речь идет о нововведении, направленном на решение проблемы, последствия которого следует рассматривать как отчасти предсказуемые, а отчасти эмерджентные. Следует подчеркнуть, что инновацией принято называть только тот результат нововведения, который приводит к существенным изменениям в отношениях людей с социокультурным окружением. При этом важно принимать во внимание, что обновление может иметь как позитивные, так и негативные последствия для формирования и поддержания порядка в этих отношениях.

В рамках экономических исследований сложилась типология инноваций, т.е. их распределение на отличающиеся друг от друга группы в соответствии с определенными критериями. При социокультурной интерпретации процедура приобретает иной смысл. Выделенные типы становятся признаками, по которым следует определять структуру, функции, семантический статус инновации, а также ее место в определенной зоне социокультурного пространства.

Относительно происхождения инноваций можно говорить о спонтанном и целенаправленном происхождении. В первом случае речь идет о своего рода «естественном отборе» в отношении вариаций способов совместной активности людей и их результатов, во втором – о рациональных разработке и внедрении новшества как решения определенной социокультурной проблемы или задачи. Но в обоих случаях новшество становится инновацией, если оно специально культивируется.

Порождение инновации предполагает выделение следующих компонент:

⁶ См.: Хакен Г. Синергетика. Иерархия неустойчивостей в самоорганизующихся системах и устройствах. М., 1985.

- домен и область социокультурного пространства, где появляется инновация (социальная организация, социально значимое знание, трансляция социокультурного опыта на институциональном и/или обыденном уровнях социокультурной реальности);
- причина возникновения (на решение какой проблемы направлена инновация);
- характер удовлетворяемых запросов (на организацию нового опыта, институционализацию новых практик, упорядочение совместной активности);
- субъект инновации (профессиональный, относящийся к определенной области институционального социокультурного пространства; непрофессиональный, принадлежащий к определенному социокультурному слою).

Структурно-функциональные и семантические характеристики инновации можно обозначить следующим образом:

- социокультурный смысл (фундаментальное изменение отношений с окружением, их улучшение, изменение внешнего вида уже существующих артефактов);
- социокультурное значение (инновация заменяет устаревший артефакт, рационализирует его использование, расширяет область его применимости);
- глубина изменения (полное структурно-функциональное и семантическое обновление артефакта или жизненной среды, деконструкция и перегруппировка их существующих компонент, изменение количества имеющихся культурных объектов определенного типа);
- степень новизны (на основе: нового знания, нового способа применения имеющегося знания, заимствования из другой культуры).

Место инновации в социокультурном пространстве определяется такими характеристиками:

- как уровень и область социокультурного пространства, где используется новшество (институциональный или обыденный уровень; определенные области институционального или слои стратификационного измерения социокультурного пространства);
- область использования (вещественная, социальная, символическая, где новшество применяется в технологических, организационных или информационных целях);
- время выхода в область использования (инновации-лидеры, инновации-последователи);
- масштаб распространения (институциональная группа или социокультурное сообщество; область институционального социокультурного пространства или социокультурный слой; общество и культура в целом).

Список литературы

1. *Агранович В.Б.* Содержание понятия «инновация» как социально-философской категории // Известия Томского политехнического университета. Т. 312. Вып. 6. 2008.
2. *Орлова Э.А.* Артефакт как единица анализа социокультурной микродинамики // Обсерватория культуры. 2010. № 5.
3. *Пригожин И., Стенгерс И.* Порядок из хаоса. Новый диалог человека с природой. 4-е изд., стер. М., 2003.
4. *Степин В.С.* Эпоха перемен и сценарии будущего // <http://spkurdyumov.narod.ru/pro-gi.htm>
5. *Хакен Г.* Синергетика. Иерархия неустойчивостей в самоорганизующихся системах и устройствах. М., 1985.
6. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития. М., 1982 // <http://www.Progressive-Management.com.ua/>