

Э.А. Орлова,

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

ВАРИАТИВНОСТЬ КАК ИСТОЧНИК ИННОВАЦИЙ

Понятие вариативности представляется как характеристика социокультурной реальности, необходимая при изучении микродинамических процессов в обществе и культуре. Базируясь на принятых в экономике представлениях, автор статьи интерпретирует это понятие применительно к социокультурной реальности, а также рассматривает понятие инновации как процесс.

Ключевые слова: альтернативность, бифуркация, вариативность, инновация, нелинейная динамика, синергетика

E. Orlova,

Director of the Institute of Social and Cultural Anthropology of the State Academy of Slavic Culture,
Doctor of Philosophy

VARIABILITY AS A SOURCE OF INNOVATIONS

The concept of variability is presented as a category of socio-cultural reality, which is necessary when studying the mikrodynamics of the society and culture. Based on views adopted in economy, author interprets this conception as applied to social and cultural realities, and examines the concept of innovation as a process.

Keywords: alternative, bifurcation, variability, innovation, nonlinear dynamics, synergetics

При рассмотрении темы «инновация» важное место занимает представление о вариативности как свойстве социокультурной реальности. Она может быть представлена всеми характеристиками повторения и лишь отчасти – новизны. Но именно этот аспект позволяет рассматривать ее как поле порождения новшеств. Можно выделить, по крайней мере, две базовые антропологические причины вариативности: во-первых, невозможность тождественного повторения даже самых рутинных операций; во-вторых, внесение разнообразия в монотонные социокультурные процессы. При изучении инновации вариативность является промежуточной переменной между репродуцированием определенных социокультурных форм и их изменением.

Как отмечает У. Эко¹, в формах повторения сегодня представляет интерес не столько их содержание, сколько те способы, которыми их составляющие различаются и объединяются в совокупность инвариантов, относительно которых можно говорить о вариациях (об этом говорил еще Аристотель). В контексте обыденной повторяемости их незначительная величина редко замечается, но при накоплении они начинают фиксироваться как отклонения, которые могут привести к появлению новации. Но чтобы заметить такую изменчивость, необходимо обратиться к культурной форме, которую можно использовать в качестве референта по отношению к вариациям. Согласно общепринятым в социальных науках представ-

¹ Эко У. Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // Философия эпохи постмодерна: Сб. переводов и рефератов. Минск, 1996.

лениям ей соответствуют разделяемые культурные паттерны, основной характеристикой которых является повторение с такими сопутствующими понятиями, как копирование, подчинение предустановленной схеме и избыточность (в противоположность информации). В этом смысле инновация не противопоставляется повторению, но сопоставляется с ним как продукт вариаций на старые культурные темы.

У. Эко замечает, что приемы повторения, предполагающие варьирование, типичны, и применительно к массовой культуре перечисляет следующие его типы.

1. **Retake.** В этом случае повторно обращаются к известным персонажам, и в новом повествовании рассказывается то, что с ними произошло после их первого приключения.

2. **Remake.** История, которая имела успех, полностью повторяется, но в измененном облики.

3. **Серия.** Одни и те же главные и меняющиеся второстепенные персонажи помещаются в разные ситуации. Создается впечатление, что новая история отлична от предыдущей, а на самом деле нарративная интрига не меняется. Серия распространяется на определенную ситуацию и ограниченное число неизменных персонажей, вокруг которых вращаются второстепенные варьирующие персонажи.

4. **Saga.** Отличается от серии тем, что здесь прослеживается процесс существования одной социокультурной единицы в определенный, исторический промежуток времени. Это рассказ о старении человека, семьи, группы, народа.

5. **Интертекстуальный диалог.** Феномен, при котором в определенном тексте прямо (цитирование, плагиат) или имплицитно (аллюзия) представлены предшествующие тексты.

В контексте повторения вариативность осуществляется с помощью определенных приемов:

– *метафора*, предполагающая способ обозначения одной вещи посредством другой, благодаря чему она представляется в совершенно неожиданном свете;

– *сэмплирование*, или составление культурного текста из фрагментов других имеющихся текстов;

– *цитирование* – прием, позволяющий сконцентрировать внимание не на содержании цитаты, а на способах, какими она из одного текста вводится в нарратив другого;

– *серийность*, или представленность одних и тех же персонажей в разных ситуациях;

– *рефлексия* – дидактический прием, который позволяет осознать идеализированные правила собственного воспроизведения определенного культурного паттерна. В искусстве, говорит У. Эко, «мы имеем произведение, которое говорит о себе самом: о жанре, к которому оно принадлежит, о собственной структуре и о способе, которым оно создавалось»².

При изучении вариативности как источника инноваций важно отметить: чтобы не быть отвергнутой, вариация должна обладать, по крайней мере, двумя важными характеристиками: а) должна существовать определенная пропорция между установившимся порядком и новизной, между правилом и инновацией; б) пропорция должна быть культурно приемлемой.

Выводы из этих рассуждений очевидны. Центр теоретических исследований сместился. Раньше повторение рассматривалось как механизм традиции, а инновация как механизм ее непрерывного воспроизведения. Теперь в пределах соотношения «схема–вариация» акцент переносится на вариацию. Это позволяет сделать следующий логический шаг: сопоставить понятия «вариация» и «отклонение». Предполагается, что в первом случае речь идет о такой мере изменчивости, при которой не затрагиваются структурно-функциональные

² Эко У. Указ. соч.

системообразующие характеристики социокультурной единицы. Во втором – определенные последствия социального взаимодействия и коммуникации заметно выходят за ее установленные пределы. По словам Р. Мертона, определенная степень отклонения от действующих норм может быть функциональной для сохранения самоидентичности социальной системы. Новаторство, достигшее некоторого критического уровня, приводит к формированию новых, более адаптивных, чем старые, социокультурных образцов (новшеств) с их последующей институционализацией в качестве инноваций. Сегодня в социальных науках признается, что культурные девиации, вне зависимости от их позитивных или негативных, преднамеренных или эмерджентных последствий для социокультурной единицы, составляют зону порождения инновативных изменений.

Последовательность событий в контексте вариаций и отклонений, из которых порождаются новшества и нововведения, принято называть инновационным процессом. Он связан с созданием, освоением и распространением инноваций. По аналогии с экономическим определением этого понятия применительно к социокультурной реальности можно выделить три его возможных логических формы.

Простой инновационный процесс предполагает создание и использование новшества внутри одного сообщества или рабочей группы, отвечающего внутренним запросам их членов.

При *простом межгрупповом (межорганизационном) инновационном процессе* новшество становится предметом обмена. Это означает разделение функций создателя и производителя новшества, с одной стороны, и его потребителя – с другой.

Под *расширенным инновационным процессом* понимается рост количества производителей нововведений, представляющих собой вариации первоначального, что через взаимную конкуренцию способствует увеличению разнообразия его адаптационных характеристик.

В ходе инновационного процесса можно выделить две его ключевые фазы.

1. Создание инновации, или последовательные этапы отбора из вариаций культурных паттернов (спонтанное формирование новшества) или научных исследований, опытно-конструкторских работ, направленных на создание артефакта (целенаправленное формирование новшества). В этой фазе намечается распределение общественно полезного эффекта возможного нововведения между производителями, а также между производителями и потребителями.

2. Диффузия инноваций, которая предполагает их распространение в социокультурном пространстве за счет добровольного заимствования или принуждения. Понятие первоначально было использовано французским философом Г. Тардом (1890 г.), а затем немецкими антропологами Ф. Ратцелем и Л. Фробениусом. Однако оно не носило статуса ключевого термина. Таким оно стало благодаря книге американского социолога Э. Роджерса «Диффузия инноваций» (1962 г.)³. Здесь диффузия определяется как процесс, посредством которого инновация с течением времени передается через определенные каналы от одних членов социальных систем к другим.

Вторая фаза имеет важное социокультурное значение, поскольку, согласно результатам экономических исследований, на всех этапах распространения инноваций сопротивление среди большинства тех, кому приходится иметь с ними дело, было пропорционально степени их отклонения от общепринятых культурных паттернов (чем большее влияние они оказывали на рутинные процессы, тем сильнее было сопротивление их приятию). В то же время наиболее легко принимались, так сказать, псевдоинновации, продлевающие существование при-

³ Rogers E. Diffusion of Innovations. 5th edition // <http://www.amazon.com>

вычных схем взаимодействий и коммуникаций. Соответственно, опыт показывает, что максимальный потенциал приемлемости чаще имеют не базисные, а улучшающие инновации.

Кроме того, эффективность нововведений во многом определяется состоянием так называемого инновационного климата общества. Он зависит от характера распределения отношения к изменениям со стороны основных социокультурных групп. Как правило, инновации ведут к возрастанию напряженности в той части общества, где они начинают актуализоваться. При этом в отношении их радикальных форм отмечается следующая тенденция: чем быстрее пытаются их внедрить целенаправленным образом, тем большее сопротивление они вызывают. Это явление, обозначаемое как инновационная инерция, тормозит процесс нововведения. Вот почему изменения, которые осуществляются эволюционно, постепенно, оказываются наиболее социально приемлемыми.

Если инновации преодолевают сопротивление и получают широкое общественное признание, начинается фаза их распространения. Их динамический импульс проявляется как на институциональном, так и на обыденном уровнях социокультурной реальности. Радикальность последствий такой изменчивости определяется степенью толерантности к проявлениям нового, характерной для каждой из областей социокультурного пространства, а также теснотой связи между обоими уровнями. Можно выделить несколько вариантов последствий нововведений:

- так называемая компенсация, когда начальные инновационные изменения вызывают отрицательные реакции со стороны тех, кто стремится снизить степень, а то и вовсе нейтрализовать изменения; иногда сопротивление настолько сильно, что направляется не только на сохранение существующего положения вещей, но и на возвращение к предшествующему ему состоянию (реакционная тенденция);

- изменения, вызванные внедрением инновации, могут ограничиться заданной локальной областью (производства, науки, искусства) без каких-либо последствий для других областей социокультурного пространства;

- начальные инновации в какой-либо одной области ведут к случайным изменениям определенного ограниченного количества компонент в других; это вызывает некоторые модификации в различных фрагментах социокультурного пространства, но в конечном счете не ведет к его трансформации;

- начальные инновации влекут за собой цепь последовательных изменений в большинстве областей социокультурного пространства, и без непосредственного участия инициаторов нововведения ведут к полной их трансформации. Это часто случается в кризисных ситуациях, когда технические, политические, идеологические инновации радикально меняют образ жизни большинства членов общества.

Все сказанное выше позволяет констатировать, что социокультурные процессы осуществляются во времени, т.е. имеют начало, продвижение и окончание. Любые используемые в их пределах новые артефакты проходят ряд стадий, которые в совокупности представляют собой некоторую последовательность, называемую *жизненным циклом* инновации. Это определенный период времени, в течение которого инновация приносит ее субъектам и пользователям реальную выгоду.

Исследуя изменения факторов производства, экономисты первой половины XIX в. обращали внимание на волнообразные процессы длительностью в 7–11 лет, которые были названы *промышленно-капиталистическими циклами*. Н.Д. Кондратьев⁴ и Й. Шумпетер⁵ пред-

⁴ Кондратьев Н.Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. М., 2002.

⁵ Шумпетер Й. Экономические циклы. М., 1996 // <http://www.rae.ru/monographs/112-3768>

ложили их обобщенную схему. Они слагаются из трех повторяющихся фаз: «подъем–кризис–депрессия».

Позже оказалось, что эта схема может использоваться для рассмотрения других социокультурных явлений. Как известно, культурный статус новшества со временем меняется. Соответственно, можно рассматривать период времени от зарождения новой идеи, ее практического воплощения в новых артефактах до привыкания и утраты интереса к ним со стороны членов общества. В свете концепции волнообразных изменений импульсом для начала подъема в пределах этого цикла служит сочетание внешних и внутренних факторов, которые нарушают рутинное повторение привычных паттернов совместной активности людей. В идеально-типической форме ответные инновации включает в себя следующие компоненты:

- создание новых артефактов или их сочетаний;
- использование новых социокультурных технологий;
- появление новой формы социальной организации;
- расширение пространства использования новшества;
- обращение к новым источникам изменчивости.

Жизненные циклы этих инноваций различаются по таким признакам, как содержание, общая и постадийная продолжительность, форма динамики, количество стадий. Однако в идеально-типическом смысле можно выделить их общую базовую форму с четко выделенными стадиями:

- формирование нового артефакта в рамках определенной зоны социокультурного пространства;
- расширение сферы его использования;
- развитие части социокультурного пространства, где он используется;
- рутинизация соответствующих процессов и результатов совместной активности людей, использующих его;
- уменьшение количества его приверженцев;
- формирование сообщества, где он становится идентификационным признаком;
- падение общественного интереса к нему.

Такого рода процессы могут осуществляться естественным образом, но их можно регулировать целенаправленно. В рамках экономики и теории управления разрабатываются модели управления инновациями. С социокультурной точки зрения регулировать нововведения означает, что заинтересованные лица будут осуществлять следующие операции:

- выявлять тех, кто может принять инновации и распространять их дальше, т.е. формировать в определенной области социокультурного пространства новые запросы и предпочтения;
- обеспечивать высокую степень интереса к инновациям на уровне общественного мнения. Еще один аргумент в пользу их продвижения: после выхода в широкий социокультурный контекст новшество в его пределах становится объектом имитации и постепенной интеграции;
- предлагать так называемые многомерные инновации. Устойчивые социокультурные преимущества достигаются продвижением новшеств одновременно на двух и более уровнях совместной активности людей, например и в процессах, и в результатах. Следует иметь в виду, что инновации процесса по своим позитивным последствиям превосходят новые вещи. Они быстрее приносят желаемые результаты и обуславливают адаптационные преимущества, благодаря чему сохраняются в культуре дольше, однако издержки и риски на их внедрение выше и их труднее осваивать;

– контролировать возможные негативные последствия инновационного процесса, связанные с эмерджентными последствиями нововведения, неопределенностью сроков освоения инновации в зоне ее появления и в более широком социокультурном контексте, достаточной культурной компетентностью для осуществимости инновации;

– владеть методами реализации радикальных инноваций, которые могут обеспечить их сторонникам прочную социальную позицию.

Заинтересованные лица, научившиеся управлять инновациями, которые они продвигают, приобретают дополнительные преимущества в отношении социокультурной адаптации в тех областях социокультурного пространства, на которые распространяются возможности новшества. Прежде всего они могут расширить собственный ареал социокультурного пространства. Одновременно возрастает мера контроля над ним. В совокупности это обеспечивает им устойчивую социальную позицию и повышение престижа.

Все сказанное позволяет коротко обобщить познавательную значимость понятия «инновация» при изучении социокультурной микродинамики.

1. Социокультурная инновация определяется как процесс и результат совместной активности людей, которая становится ответом на адаптационные императивы, на решение социально значимых проблем. Соответствующие изменения относятся не только к жизненной среде, но и к культурной компетентности как субъектов инновационной деятельности, так и пользователей.

2. Термины «инновация», «нововведение», «новшество», «новое», «изменение» не должны употребляться как синонимы: применительно к культуре каждый из них имеет свое значение.

3. Классификации инноваций, сложившиеся сегодня в экономике и теории управления, применительно к изучению культуры позволяют более точно идентифицировать каждую инновацию, устанавливая соотношение между различными типами инноваций как между компонентами каждого отдельного новшества.

4. Выявление в рамках определенной области социокультурного пространства динамики соотношения повторения, вариативности и обновления ее составляющих и тенденций изменения таких соотношений в разные периоды, позволяет осуществить диагностику состояния общества и культуры в эти периоды. На этой основе можно разрабатывать альтернативные способы регулирования продвижения новшества и последствий его внедрения.

5. Специфика инновации определяется креативным потенциалом порождающих ее субъектов. Так, инновационные лидеры порождают артефакты, которых прежде не было в мировой культуре; инновационные последователи развивают на этой базе качественно новую зону социокультурного пространства; умеренные инноваторы широко используют технологии, изобретенные в пределах первых двух типов стран; потребители характеризуются использованием новых вещей и медленным освоением инновационных технологий.

6. Сравнительный анализ различных трактовок инновационных процессов и результатов свидетельствует, что применительно к социокультурной реальности необходимо обновление методологического аппарата. Для изучения их порождения и распространения, а также эмерджентных последствий целесообразно использовать синергетическую познавательную модель и такие характерные для нее ключевые понятия, как альтернативность, аттрактор, бифуркация, нелинейность, флуктуация и др.

Список литературы

1. *Азгальдов Г.Г., Костин А.В.* К вопросу о термине «инновация» // http://www.labrate.ru/articles/azgaldov-kostin_doklad_2009-2_about-innovation.htm
2. *Кондратьев Н.Д.* Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. М., 2002.
3. *Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.* Современный экономический словарь. 2-е изд., испр. М., 1999.
4. *Шумпетер Й.* Экономические циклы. М., 1996 // <http://www.rae.ru/monographs/112-3768>
5. *Эко У.* Инновация и повторение. Между эстетикой модерна и постмодерна // Философия эпохи постмодерна: Сб. переводов и рефератов. Минск, 1996.
6. *Rogers E.* Diffusion of Innovations. 5th edition // <http://www.amazon.com>