

© Г.З. ЕФИМОВА

EfimovaGZ@gmail.com

УДК 316.4:001.895

ИННОВАЦИОННЫЙ «ЗАЗОР» КАК СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН: ТИПОЛОГИЯ, ФУНКЦИИ И БАРЬЕРЫ*

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается сущность инновационного «зазора» как одного из элементов творчески-инновационной системы. Обосновываются варианты его проявления, функции и возможные барьеры.

SUMMARY. The article deals with the essence of innovation «gap» as an element of creativity-innovative system. The variations of its expression, function and possible barriers are given sufficient ground.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Инновационный «зазор», творчески-инновационная система; новации; инновации; социология инноваций.

KEY WORDS. Innovation «gap», creativity-innovative system; novation; innovation; sociology innovation.

Модернизация всех сфер современного общества предполагает наличие консенсуса между новацией, инновацией и традицией. В настоящее время в научной литературе широкое распространение получил единый инновационный цикл — от создания идеи до ее выхода на рынок, а творческий процесс, ответственный за создание новации, «растворяется» в инновационном процессе. В связи с этим не выделяется инновационный «зазор», как особая зона, ответственная за качество и конкурентоспособность новации и ее передачу в инновационный процесс.

Согласно концепции творчески-инновационной системы [1], [2], прежде чем перейти в инновационный (внедренческий) процесс, новация должна благополучно преодолеть инновационный «зазор». Последующая практическая реализация новации как результата творческого процесса позволит транслировать ее доступными и соответствующими способами целевой группе, на решение проблемного вопроса которой она ориентирована.

Именно поэтому эффективная реализация творчески-инновационной системы во многом зависит от состояния инновационного «зазора» как индикатора качества созданной новации и уровня восприимчивости к ней со стороны инновационного процесса. Данный переход является судьбоносным для новации, представляя собой ее миграцию из одной плоскости — творческого (созидательного) процесса в принципиально иную по функциям и по содержанию плоскость — инновационный (внедренческий) процесс.

* Исследование выполнено в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 гг. (ГК № П-90 от 07.04.2010 г.).

Мы выделяем четыре возможных варианта инновационного «зазора»:

- «транзит» — качество и востребованность новаций соответствуют потребностям и возможностям инновационного процесса;
- «затор» — эффективность творческого процесса превышает пропускную способность инновационного либо акторы инновационного процесса (по объективным или субъективным причинам) не замечают данную новацию;
- «открытая граница» — созидательная активность акторов творческого процесса низка, либо отсутствуют объективные и строгие требования к качеству и востребованности новаций акторами инновационного процесса, поэтому они в полном объеме реализуются в инновации;
- «импорт» — творческий процесс не удовлетворяет потребности целевой группы и не поставяет необходимые отечественные новации в инновационный процесс, что влечет поиск или же заказ акторами инновационного процесса соответствующих конкурентоспособных и отвечающих их запросу новаций за рубежом.

Три последние варианта носят ярко выраженный деструктивный характер и нуждаются в незамедлительном внешнем управлении и координации со стороны акторов творчески-инновационной системы, различных государственных и иных структур. Снижение негативного качества данных типов «зазора» возможно через повышение конкурентоспособности науки, ее взаимодействие с конкретными предприятиями (заказчиками) для практического воплощения созданных новаций (в зависимости от их специфики), стимулирование восприимчивости акторов творческого процесса к потребностям целевой группы и объективную оценку акторами инновационного процесса уровня конкурентоспособности имеющихся новаций и их соответствия запросам целевой группы.

Утверждая, что переход новации в инновационный процесс во многом зависит от толерантности представителей целевой группы к инновациям, следует подчеркнуть, что она не предполагает потакание неконкурентоспособным либо деструктивным инновациям — данная стратегия поведения, напротив, может негативно отразиться на общественном развитии.

Низкая восприимчивость новации и затрудненный ее переход в инновационный процесс негативно отражается и на мотивации акторов творческого процесса, способствуя созидательной апатии новаторов. Причина может скрываться в объективно низком уровне конкурентоспособности новации, несоответствии ее потребностям целевой группы (социальному «заказу»), либо низкой восприимчивости акторов инновационного процесса результатов творческой деятельности на национальном уровне (когда приоритет отдается иностранным новациям в ущерб отечественным), отсутствие условий для эффективного перехода новации в инновационный процесс и пр.

Согласно распространенному стереотипу инновации признаются таковыми лишь в технико-технологической области. Мы придерживаемся мнения, что реализация творчески-инновационной системы и, как следствие, создание новаций и производство инноваций, возможна во всех сферах человеческой деятельности, без существующих в настоящее время ограничений.

Остановимся далее на функциях инновационного «зазора» как важного структурного элемента творчески-инновационной системы.

Инновационный «зазор» позволяет координировать переход новации в инновацию, не допуская реализации новаций, не соответствующих потребностям целевой группы, а также производя корректировку новации путем соответствующих управленческих действий по ее регуляции и ликвидации нежелательных последствий — перенаправление новации на доработку либо ее ориентация на потребности другой целевой группы в рамках «зазора». Акторы инновационного процесса «присматриваются» к конкретной новации, определяя ее позитивные и негативные характеристики, соотнося полученную информацию с возможной пользой для себя.

При гармоничном функционировании (т.е. достаточной активности и восприимчивости) акторов процессов творчески-инновационной системы, инновационный «зазор» играет роль «контролера» и «эксперта», оценивающего и отбирающего для перехода в инновационный процесс лучшие и наиболее качественные новации, обладающие высоким потенциалом конкурентоспособности, ожидаемые и востребованные целевой группой. Таким образом, осуществляется контроль соответствия новации запросам целевой группы (социальному заказу) перед переходом в инновационный процесс с последующим распространением среди потребителей.

Данное сотрудничество облегчит переход новации через инновационный «зазор» и адаптацию новации в инновационном процессе, а также сведет к минимуму необходимость ее последующей «доработки».

Инновационный «зазор» (в его гармоничном проявлении) выполняет функцию по стимулированию акторов творческого процесса к созданию наиболее качественных и конкурентоспособных новаций.

Как структурный элемент творчески-инновационной системы, он производит оценку позитивных и негативных качеств новации, уточнение ее целевой группы и проблемы, устранение которых она способна обеспечить; готовность целевой группы принять данную новацию и ориентированность на нее; анализ конкурентных преимуществ новации по сравнению с имеющимися аналогами. Также важный аспект представляет взаимодействие новации с традицией, в том числе через конфликт и отстаивание каждой из них права на жизнь.

Осуществляется определение и оценка проблемной ситуации, решение которой является актуальным в конкретном пространственно-временном континууме и требует создания конкретной новации. Согласование цели новации с потребностями и возможностями целевой группы, на которую она ориентирована.

Последняя из выделенных функций заключается в получении обратной связи, ответа от целевой группы для оценки и контроля процесса создания новации, реализации инновации и своевременной корректировки функционирования элементов творчески-инновационной системы для достижения намеченных целей.

Далее перейдем к основным факторам, которые выступают сложнопреодолимыми барьерами для реализации новации в инновационном (внедренческом) процессе. Часто бывает так, что новация (по субъективному мнению ее автора) замечательная и уникальная, но инновационному процессу она неинтересна (вариант инновационного зазора — «затор»). По нашему мнению, подобная ситуация возможна при наличии как минимум пяти причин:

- новация создана не тем, кем нужно. Социально-профессиональный статус новатора слишком низок: автор «не достоин» созданной им новации. «Новые

идеи, если они приходят не «сверху», а «снизу», от людей, находящихся не на вершине статусной лестницы, — подвергаются не только скептическому отношению, но и остракизму. Это касается не только бизнеса, но и бюрократических структур, а также академического истеблишмента. Когда инновации в результате конкуренции <...> тормозятся, эксперименты преподносятся как ошибки, а финансирование блокируется» [3; 32-33]. Данный стереотип чрезвычайно губителен для творчески-инновационной системы и общества в целом в первую очередь в силу своей необъективности по отношению к качеству новации, ее конкурентоспособности и востребованности целевой группой.

К указанному случаю не относятся новации, не соответствующие предъявляемым требованиям по объективным характеристикам (например, по качеству). Речь идет исключительно о статусе их автора как причины отвержения результатов творчества при условно одинаковом качестве новаций.

- новация создана не там, где она необходима и где может принести максимальную пользу. Здесь причиной могут выступать социально-культурные, организационно-управленческие, политико-правовые условия принятия инновации. В случае если низкий уровень восприимчивости нового, инерционность мышления или иные препятствия не позволяют конкурентоспособной новации эффективно реализоваться в инновационном процессе, то единственным способом «спасения» такой новации является ее перенос в творчески-инновационную систему другого региона или страны.

- новация создана не для той целевой группы. Данная ситуация может сложиться в двух случаях. Во-первых, когда целевая группа изменила параметры своего социального заказа и новация оказалась не востребована ими. Во-вторых, если в процессе создания новации для целевой группы проблемная ситуация распространилась и на другие группы или сконцентрировалась на какой-либо одной (не совпадающей с изначальной). В обоих случаях решение заключается в переориентации новации на других потребителей с необходимой для этого доработкой.

- новация устарела. Если созданная новация не решает актуальной проблемы, на нее нет запроса и, как следствие, отсутствует целевая группа, то она признается устаревшей, пропустившей «свое» время и может быть утилизирована. Однако экспертам, принимающим решение на данном этапе, необходимо быть чрезвычайно внимательными и провести дополнительный анализ относительно ее конкурентоспособности. Может оказаться так, что проблема, на решение которой направлена новация, будет возобновлена, а предложенное решение существенно лучше и современнее имеющихся и ранее известных аналогов.

- новация существенно опережает свое время. Целевая группа еще не осознала наличие проблемы, которую новация призвана решить либо проблема еще не проявилась в полной мере. Необходимость таких «предваряющих» новаций, на наш взгляд, весьма высока и спрос на нее должен формироваться (усилиями инноваторов). Результат творчества должен отвечать требованиям научного жанра, существующей парадигмы, «невидимого колледжа». «Судьба многочисленных так называемых преждевременных открытий подтверждает это: они не были признаны таковыми в частности потому, что их структура или их форма не соответствовали духу парадигмы времени, в котором появились» [4; 183].

Относительно последней причины следует сказать, что для «вживления» инновации в повседневные практики необходимо наличие гармоничного пере-

хода от нового к старому. Иными словами, инновация должна найти свое место в череде традиций. Осуществить это возможно либо через поправку одной из традиционных практик (если речь идет о заменяющей или улучшающей новации), либо через социальный заказ, который создает качественной и конкурентоспособной инновации «коридор» для перехода в традицию.

Далее обратим внимание на один из негативных вариантов инновационного «зазора» — «затор». По аналогии с медицинской терминологией, его можно сравнить с тромбом, блокирующим естественное течение крови в сосудах. Экстраполяция данного явления на творчески-инновационную систему дает возможность наглядно представить проблему, тормозящую переход качественной и конкурентоспособной новации в инновационный процесс.

К примеру, есть множество оригинальных, конкурентоспособных проектов, но инновационный процесс их «не видит» и не стремится принять к использованию. Существует масса причин происходящего — начиная с субъективных (отсутствие «связей», коррупция, предвзятость) и заканчивая вполне объективными (низкое качество новации и недостаточный уровень ее конкурентоспособности).

Одной из главных проблем, выявленной в ходе опроса участников Всероссийского инновационного форума «Россия, вперед!», проведенного НИУ «Высшая школа экономики» совместно с Фондом «Сколково», является «низкий уровень заинтересованности бизнес-структур в заказах на исследования и разработки» [5]. Представители науки утверждают, что проблемы в развитии отечественных исследований и разработок связаны с недостаточным спросом на новации со стороны предпринимательского сектора и, как следствие, нарастанием темпов новационной апатии. Очевидно наличие «затора» новаций и их нелегкого, а часто и невозможного перехода в инновационный процесс.

В настоящее время сфера научных исследований и опытно-конструкторских разработок в России наиболее активно финансируется из трех источников [5]: гранты отечественных фондов, бюджетное финансирование вузов и НИИ, заказы государственных и муниципальных органов власти.

Однако для решения проблемы, когда новации не востребованы отечественными промышленными и бизнес-структурами и необходима следующая, более оптимальная и эффективная последовательность приоритетных источников финансирования исследований и разработок [5]: заказы частного бизнеса, государственных и муниципальных органов власти, гранты отечественных фондов.

На уровне высшего учебного заведения для перехода новации через инновационный «зазор» в инновационный процесс неотъемлемой характеристикой выступает связь научно-исследовательской деятельности с практикой, с производством.

Подчеркивая обязательный синтез творческого (созидательного) и инновационного (внедренческого) процессов творчески-инновационной системы, очевидно, что наибольшего успеха добиваются вузы, сотрудничающие с академиями либо с промышленными предприятиями. Данное взаимодействие обеспечивает замыкание процесса создания нового и его внедрение, причем новацией здесь могут выступать не только продукты, но и сами выпускники, как главный «продукт» высшего учебного заведения.

Обобщая сказанное, очевидно, что силы естественного отбора распространяются также на новации. Наиболее низкопробные и неконкурентоспособные

из них в инновационный процесс допущены не будут — так как функциями отбора в творчески-инновационной системе занимается инновационный «зазор». Вторым (по очередности, но не по значимости) экспертом и оценщиком является целевая группа, на запрос которой и ориентирована конкретная новация.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шафранов-Куцев Г.Ф., Ефимова Г.З. Творческая активность сотрудников высшего учебного заведения // Вестник ТюмГУ. 2009. №4. С. 52-61.
2. Ефимова Г.З. Сущность творчески-инновационной системы и ее реализация в научно-педагогическом коллективе вузов // Вестник Тюменского государственного университета. 2010. № 4. С. 77-83.
3. Инновации и современность / Под ред. В.И. Супруна. Новосибирск: ФСПИ «Тренды», 2010. 220 с.
4. Николко В.Н. Творчество как новационный процесс. Философско-онтологический анализ. Симферополь: Таврия, 1990. 190 с.
5. Результаты опроса участников форума «Россия, вперед!» // Сайт комиссии при Президенте по модернизации и технологическому развитию / URL: <http://www.i-russia.ru/media/files/41d34220bd4b1f86bfb8.pdf>