

## **ЧЕЛОВЕК. НАУКА. КУЛЬТУРА**

УДК 101.1:316.4.06

### **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЙ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**В.А. Михайлов, В.П. Гавриков, Е.С. Тупик**

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь

Рассматриваются теоретико-методологические основания исследований инновационной деятельности на примере организаций системы высшего образования в Российской Федерации

*Ключевые слова:* инновация, инновационная деятельность, инновационный климат, корпоративная инновационная культура, модернизация.

К концу XX столетия проблематика инновационного развития становится одним из главенствующих направлений исследований во многих науках. По тематике инновационной деятельности готовятся кандидатские и докторские диссертации, проводятся конференции, написано большое количество монографий и статей в рамках философского, социологического, экономического, культурологического, педагогического и иного научного знания. Постепенно складывается общая теория инноваций. Однако при этом (даже в рамках одной и той же научной дисциплины) можно наблюдать явную терминологическую путаницу, что свидетельствует об острой необходимости теоретико-методологической рефлексии в области обсуждаемой тематики.

Исходное, обобщающее и даже должным образом юридически отшлифованное определение встречается уже в Федеральном законе «О науке и государственной научно-технической политике» от 23.08.1996 г. № 127-ФЗ: «инновация – введенный в употребление новый или значительно улучшенный продукт (товар, услуга) или процесс, новый метод продаж или новый организационный метод в деловой практике, организации рабочих мест или во внешних связях». Дальнейшее, можно сказать, законодательное закрепление, демонстрируется в постановлении Правительства 1998 г.: «инновация – конечный результат инновационной деятельности, получивший реализацию в виде нового или усовершенствованного продукта, реализуемого на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности» [1]. Сразу напрашиваются следующие замечания.

Во-первых, в данном определении экспликация категориального содержания понятия «инновация» напрямую сопряжена с содержанием другого важнейшего понятия инноватики – «инновационная деятельность». Структурно-функциональный подход, который диктует выделение главных элементов явления и определение их функций в анализируемой системе, напоминает, что общая структура любого вида деятельности включает в себя потребности и интересы, субъекты, цели, средства и механизмы, результаты. То же самое мы должны проанализировать и в инновационной деятельности, концентрируя внимание на упоминаемом «конечном результате».

Если говорить об социальной потребности в инновационной деятельности в наши дни, то она, в первую очередь, вытекает из того, что в информационном обществе именно инновации начинают выступать как главный фактор развития. Информация различного рода превращается в основной предмет, ведущее средство и главный результат совокупной деятельности занятого населения. Способность к реконфигурации отныне становится важнейшим требованием не только для развития всего общества, но и отдельных учреждений и организаций. В этом смысле «информационализм» – как основной способ развития информационного общества, по М. Кастельсу, можно и нужно трактовать как инновационализм [2]. В развитых странах уже в начале 1980-х гг. 55–65% валового внутреннего продукта обеспечивалось за счет инноваций, а ныне этот показатель находится на уровне 70–85%. В этом ключе, наверное, следует воспринимать и различные отечественные мероприятия по перманентной модернизации российской системы образования. Однако возникают существенные теоретико-методологические вопросы. Главный из них состоит в том, насколько система образования, будучи одним из элементов единого общественного организма, должна обслуживать потребности и интересы иных элементов, в частности, экономики и политики, и насколько могут быть учтены и должным образом (материально, статусно и т. д.) обеспечены ее собственные устремления, т. е. речь идет о специфике «конечного результата» деятельности высшей школы.

Далее. В качестве субъектов инновационной деятельности выступают самые различные элементы. Так, в модели Э. Рождерса выделяются пять групп участников инновационной деятельности: новаторы (2,5%), ранние последователи (13,5%), раннее большинство (34%), позднее большинство (34%) и опоздавшие (16%) (см: [3]). Таким образом, констатируется, что «чистых» новаторов в любой сфере человеческой деятельности чрезвычайно мало. Также можно предположить, что инновационная деятельность внутренне противоречива в силу весьма различных интересов участвующих в инновационном процессе субъектов, а для того, чтобы все они объединились и действовали в унисон, необходимы единые целевые установки. Например, проведенные в Тверском государственном университете исследования показали, что вузовская инновационная деятельность внутренне противоречива уже в силу специфичности интересов основных субъектов инновационного процесса: профессорско-преподавательский состав и технический персонал вуза значительно отличаются как в понимании инновационной деятельности, так и по степени вовлеченности в саму инновационную деятельность. Большие различия обнаружались также между управленческим звеном и основной массой преподавателей.

Доктор Свен-Тор Холм, генеральный директор Lundavision AB замечает: «Инновационная система начинается с мотивации людей. Без нужных людей далеко не уедешь. Можно купить самые передовые технологии, но без людей, которые смогут их использовать и развивать ничего не получится... Чем и для кого занимаются десятки тысяч ваших ученых? А ведь это главное, что есть в инновационной системе: возможность мотивировать людей и поместить их в систему, где знание (российские знание и научные исследования заслужили мировое признание) будет, в конечном счете, воплощено в продукте, имеющем коммерческую ценность. В этом заключается истинный смысл инновационной системы» [4, с. 13]. Ясно, что главным рычагом инновационного

менеджмента становится продуманная и эффективная мотивация. Применительно к вузовской жизни это означает, что, с одной стороны, необходима единая общеуниверситетская система мотивирующих факторов, а с другой – в отношении каждой группы внутренней общественности необходимо разработать особенную систему стимулирования инновационной деятельности.

Во-вторых, возникают весьма важные вопросы насчет специфики инновационной деятельности в системе высшего образования. Например, – какова природа «конечного результата» вузовской инновационной деятельности? Как измерить ее эффективность? Так, согласно Инструкции по заполнению формы федерального государственного статистического наблюдения № 4-инновация «Сведения об инновационной деятельности организации», инновационная активность любой организации оценивается, в первую очередь, такими характеристиками, как наличие завершенных инноваций; степень участия организации в разработке данных инноваций; выявление основных причин, по которым инновационная деятельность не осуществлялась [5]. Но ведь хорошо известно, что главные последствия образовательного процесса имеют весьма отсроченный характер, поэтому эффективность инновационной деятельности любой организации в системе образования принципиально не может быть не только измерена в обозримом будущем, но и вообще не подпадает под основные критерии оценки той же коммерческой деятельности. И если коммерческая деятельность начинает играть определяющую роль в жизнедеятельности вуза, то собственно образовательно-социализирующие цели неизбежно отходят на задний план. Конечно, с одной стороны, коммерчески продвинутый вуз, несомненно, укрепляет связи с тем же производством, но одновременно существенно принижает значение собственных задач, что хорошо чувствует большинство вузовских работников. Например, исследование, проведенное в Тверском государственном университете, показало, что большинство вузовских работников не видят себя в этом звене: в ответ на вопрос «Кто должен заниматься вопросами внедрения инновационных разработок?» большинство респондентов (43%) посчитали, что вопросами внедрения инновационных разработок должно заниматься специальное подразделение вуза, на второе место поставлена Администрация области (города и др.) (27%), затем идут ректорат (21%) и бизнес-структуры области (19%), а «сам инноватор» оказался в конце списка вариантов ответа (17%).

В Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года (далее в тексте – Стратегия), в частности, отмечается: «**Цель Стратегии** – перевод к 2020 году экономики России на инновационный путь развития... **Ключевыми задачами Стратегии** являются: 1) Наращивание человеческого потенциала в сфере науки, образования, технологий и инноваций. Эта задача включает повышение восприимчивости населения к инновациям – инновационным продуктам и технологиям, радикальное расширение “класса” инновационных предпринимателей, создание в обществе атмосферы “терпимости” к риску, пропаганда инновационного предпринимательства и научно-технической деятельности...» [5]. Но остается неясным, каким образом, с помощью каких механизмов можно непротиворечиво соединить систему образования и экономику, если для высшего образования инновационная деятельность провозглашается как ключевая цель (формирование и ее всемерное развитие), а для экономики она не более чем средство (коммерческое продвиже-

ние нового продукта)? Вот показательный пример: многим региональным вузам, особенно классическим университетам, очень трудно выстроить оптимальные механизмы взаимовыгодного сотрудничества с местным предпринимательством.

Кстати, в самой Стратегии (раздел «III. Инновационный человек») специально подчеркивается: «Ключевая задача инновационного развития... – создание условий для формирования у граждан компетенций инновационной деятельности, иначе говоря – компетенций “инновационного человека” как субъекта всех инновационных преобразований. “Инновационный человек” – не синоним “инновационного предпринимателя”. Предпринимательством во всех странах готово и может заниматься меньшинство населения. “Инновационный человек” – более широкая 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» [6]. Можно сделать общий вывод, что, с точки зрения Стратегии, миссия любой организации в системе образования должна сводиться к массовому формированию компетенций инновационной деятельности: способность и готовность к непрерывному образованию, постоянному совершенствованию, переобучению и самообучению, профессиональной мобильности, стремление к новому; способность к критическому мышлению; способность и готовность к разумному риску, креативность и предприимчивость, умение работать самостоятельно и готовность к работе в команде, готовность к работе в высоко конкурентной среде; широкое владение иностранными языками как коммуникационными инструментами эффективного участия в процессах глобализации, включая способность к свободному бытовому, деловому и профессиональному общению на английском языке [6]. Но дело в том, что в соответствии с действующими ФГОС ВО 3+ и проектами ФГОС ВО 3++ выпускники образовательных программ академического бакалавриата, академической магистратуры и аспирантуры многих направлений должны быть подготовлены, в основном, к выполнению научно-исследовательского и педагогического видов деятельности, а остальные (в том числе – инновационный, или инновационно-предпринимательский типы задач профессиональной деятельности, к решению которых может вестись подготовка выпускников) являются не основными, а только рекомендуемыми.

Предполагается, что в результате должного развития инновационной деятельности многие вузы смогут превратиться в региональные учебно-научно-инновационные комплексы. Однако для этого нужна активная работа по формированию и укреплению корпоративной инновационной культуры и формированию устойчивого и благоприятного инновационного климата. Так, авторы Хартии инновационной культуры отмечают, что гуманитарным наукам надо глубже исследовать феномен инновационной культуры, его организационный компонент, искать эффективные средства против косности, консерватизма, трусости, лености мысли и других пороков, препятствующих нововведениям [7]. Обобщая многие публикации и приводимые в них определения, можно сделать следующее заключение: корпоративная инновационная культура – это корпоративная культура, в которой главной ценностью и основной моделью поведения для большинства сотрудников становится деятельность по созданию и продвижению инноваций. Естественно, тогда тот или иной уро-

вень развития корпоративной инновационной культуры можно рассматривать и как необходимое основание, и как показатель инновационного потенциала организации, в том числе – любого вуза.

Именно на уровне субъективного фактора следует ожидать стойкое противодействие инновациям в высшей школе. Упомянутые исследования в Тверском государственном университете показали, что 49% опрошенных вообще негативно оценивают современную эволюцию вузов в сторону хозяйствующих субъектов (приветствующих этот процесс всего 30%). При этом профессорский корпус, с одной стороны, начисто отрицает «получение коммерчески значимого продукта, извлечение коммерческого дохода от научной и образовательной деятельности вуза» в качестве главной цели инноваций в системе высшего образования, но, с другой стороны, 67% опрошенной профессуры в качестве главной цели инноваций готовы рассматривать «обеспечение конкурентоспособности вуза в научном и образовательном пространстве». Оказалось, что одно с другим практически никак не связано, а это обязательно скажется на формировании корпоративной инновационной культуры вуза.

Все другие категории внутренней общественности университета в принципе готовы рассматривать данную цель инноваций в качестве одной из главных (33% респондентов-аспирантов, 34% респондентов-студентов, 40% респондентов-ассистентов, 42% респондентов-старших преподавателей, 44% респондентов-доцентов), но при этом разделились на две обособленные группы: сторонников повышения доступности образования мало интересуют конкурентоспособность вуза и извлечение коммерческого дохода от научной и образовательной деятельности вуза, а сторонникам получения коммерчески значимого продукта менее всего интересны повышение доступности и качества образования. При этом представителей этих антагонистических групп объединяет неприятие «получения новых научных знаний» в качестве главной цели инноваций в вузе. Видно, что стратегическое мышление большой группы внутренней общественности демонстрирует довольно однобокий подход к инновационной деятельности вуза.

Исходным фактором в деле формирования инновационной культуры сотрудников вуза должно быть единое понимание и положительное принятие основной массой внутренней общественности предназначения данного высшего учебного заведения. Но вот здесь как раз и возникают исходные проблемы. Так, после принятия «Миссии Кемеровского государственного университета» было проведено исследование, в рамках которого был задан вопрос: «Скажите, пожалуйста, знали ли Вы до настоящего опроса о том, что в КемГУ в конце декабря 2006 года Совет университета принял «Миссию КемГУ»? При этом оказалось, что половине респондентов ничего не известно о данном документе [8].

Примерно то же самое можно сказать относительно всех иных важнейших элементов инновационной деятельности (цели, средства, результаты). Исследования, проведенные в Тверском государственном университете, показали большой разброс мнений по следующему вопросу: «Инновационная деятельность в университете: что это такое?». Вот показательные цифры: изобретательская деятельность, в том числе – разработка новых технологий и изделий (33%), разработка, апробация и внедрение новых элементов содержания образования, новых форм образовательных технологий (31%), научная работа в рамках основной образовательной программы (26%), создание новых (инно-

вационных) образовательных программ, в которых остро нуждается общество (23%), поиск и применение новых форм обучения (21%), создание эффективной системы подготовки и переподготовки кадров для региона (20%) и т.д. Сразу можно отметить, что ни одна из перечисленных позиций не занимает лидирующего места, что одинаково свидетельствует и о крайнем разбросе мнений опрошенных по указанному вопросу, и о достаточно малой осведомленности респондентов в данной области жизнедеятельности типичного регионального вуза.

Всесторонний анализ инновационной деятельности, в том числе и инновационной корпоративной культуры, требует обязательного введения еще одного важного понятия, призванного учесть роль внешней и внутренней среды в жизнедеятельности того или иного учреждения. Инновационный климат – как совокупность факторов внутренней и внешней среды организации – прямо или косвенно всегда влияет на проведение инновационной деятельности. Можно отметить, что попытки большинства вузов развернуть и продвинуть инновационную активность происходят в очень неблагоприятной среде. Например, в стране нет соответствующего импульса со стороны работодателей. Немногим более 10 лет Ф.Э. Шереги и М.Н. Стриханов отметили, что лишь 2% преподавателей считали, что они имеют возможность продать свои изобретения в России, и лишь 1% преподавателей высказывали уверенность, что они имеют возможность продать свои изобретения за рубежом [9, с. 324]. За прошедший период ситуация практически не изменилась. Можно сделать вывод: мало того, что российская высшая школа пока производит крайне небольшое количество научных инноваций, но основная масса сделанных открытий и изобретений, выполненных российскими преподавателями, остается невостребованной экономикой (особенно в регионах).

Отсюда вытекают основные исследовательские задачи в отношении задач, стоящих перед любым российском вузом, взявшего курс на инновационное развитие и формирование устойчивой инновационной корпоративной культуры: необходимо определить, какие из внешних и внутренних условий способствуют или тормозят инновационное развитие вуза, насколько доступны необходимые ресурсы для образовательных нововведений, активны или нет основные субъекты инновационной деятельности в вузе, адекватны ли выбранные способы содействия обмену и распространению новых образовательных идей в вузе, каковы формы поощрения индивидуальной и групповой работы над научными, образовательными и иными инновациями в высшем учебном заведении и др. Конечно, многие экономические, политические и прочие тормозящие факторы хорошо известны и на данном историческом этапе развития экономики страны труднопреодолимы: чрезмерный риск нововведений, слишком высокие издержки при продвижении инноваций, всеобщая недостаточность финансирования инновационной деятельности, неэффективная политика региональных властей, низкий уровень абитуриентов и проч. Немаловажными являются и многие внутривузовские факторы: это и недостаточно высокий инновационный потенциал различных групп внутренней вузовской общности, неразвитость инновационной среды многих региональных вузов, недоразвитость инфраструктуры инноваций и проч. Однако требуются масштабные и системные исследования для определения, что из данного набора факторов и в какой степени характерно для конкретного вуза, почему в нём

наличествуют факторы, не благоприятствующие внедрению и распространению инноваций и многое другое.

Эллис Рубинштейн – президент и исполнительный директор Нью-Йоркской Академии наук – в свое время специально отметил: «Наибольшим препятствием для государства, стремящегося развивать инновации, является “замкнутое мышление” (silos mentality). Под “замкнутым мышлением” я имею в виду то, что отдельные университеты, факультеты, а также сотрудники кафедр живут своей собственной жизнью и никак не взаимодействуют между собой. Они не получают той пользы, которое принесло бы им сотрудничество. Взаимодействия нет ни внутри университетов, ни между отдельными университетами в рамках одного города, ни между университетами и промышленностью, ни между исследовательскими центрами и финансовыми институтами. Лучшее, что может сделать государство – попытаться создать материальные и иные стимулы для развития сотрудничества и создания сетей, где люди могли бы обмениваться знаниями и опытом. И это не то же самое, что построить один единственный университет в каком-либо месте» [10, с. 23.]. Любая организация при формировании корпоративной инновационной культуры просто вынуждена выстраивать свою стратегию таким образом, чтобы среди как можно большей части ее работников распространилось так называемое «инновационное поведение». Среди основных характеристик инновационного поведения обычно выделяют следующие: целенаправленность, умение предвосхищать результаты, ориентированность на преодоление возникающих препятствий, гибкость, подразумевающая адекватную реакцию на быстро меняющуюся обстановку, сочетание спонтанности с возможностью произвольной регуляции, настойчивость, направленность на достижение успеха, созидательность, социально ориентированное поведение.

Отсюда следует важный методологический вывод: традиционно перечисляемый перечень функций корпоративной культуры – определение ценностно-смысловых установок, конструирование неформальных коммуникаций, формирование стимулов и мотиваций деятельности, формирование и транслирование внутрикорпоративных норм поведения и проч. – не включает в себя самых важных направлений ее действия и воздействия, не устанавливает действительную иерархию расположения этих функций на шкале личностных и социальных предпочтений, не раскрывает особенностей их проявления в стенах вуза. В практическом отношении это можно подтвердить тем, что многие образовательные, административные, структурные и прочие инновации, вводимые в высшую школу «сверху», оборачиваются псевдоинновациями «снизу».

В заключение следует отметить следующее. Если за отправную теоретико-методологическую установку взять мысль Карла Ясперса, что университет это место, где общество и государство дают развиваться самому ясному осознанию современности [11], то буквально все выше приведенные цифры и указанные негативные моменты совсем ничего не говорят и не направляют исследовательскую мысль на такой важный момент, как личностная социализация и ресоциализация. Эта, во многом латентная, но, как представляется, самая важная функция современного высшего учебного заведения, практически не исследуется. А ведь любой региональный университет – это среда, где неизбежно концентрируется, в той или иной мере профессионально обучается и в определенной степени окультурируется наиболее активная и способная мо-

лодежь. Высшая школа была и остается флагманом социальной модернизации в стране, а достижение искомого «конечного результата» (в виде «инновационного человека») требует более системного подхода к исследованию сущности, функций и механизмов инновационной деятельности в вузах страны.

### **Список литературы**

1. Постановление Правительства РФ от 24 июня 1998 г. № 832 «О концепции инновационной политики РФ на 1998-2000 гг.» // О науке и инновациях. Основные нормативные акты. Нормативный сборник. М.: Буквица, 1998.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество и культура. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. –608 с.
3. Земцов С.П. Оценка скорости диффузии инноваций и инновативности регионов России // Режим доступа: URL:<http://profil.ranepa.ru/docs/pubs/p742/54f5c7b3e51d4.pdf>.
4. Свен-Тор Холм. Инновационная цепь: в поисках недостающего звена российской инновационной системы // Инновационные тренды. Периодический бюллетень Института общественного проектирования. 2010. № 1. С. 12–14.
5. Инструкция по заполнению формы федерального государственного статистического наблюдения № 4-инновация «Сведения об инновационной деятельности организации», утвержденная постановлением Госкомстата России от 22.07.2002 № 156. – Режим доступа: URL: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=EXP;n=307666>.
6. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года. Минэкономразвития России. Москва, 2010 // Режим доступа: URL:<http://wiki.dataved.ru/knol/innovation-and-venture-capital/russian-innovations-program#Точ281234960>.
7. Хартия инновационной культуры // Режим доступа: URL:<http://transfer.eltech.ru/innov/archive.nsf/0d592545e5d69ff3c32568fe00319ec1/47195bfa37161144c32569ca004f35d0?>
8. Миссия Кемеровского государственного университета // Режим доступа: URL:<http://www.pandia.ru/text/77/181/29139.php>.
9. Шереги Ф.Э., Стриханов М.Н. Наука в России: социологический анализ. М.: ЦСП, 2006. 456 с.
10. Инновационные тренды. Периодический бюллетень Института общественного проектирования. 2010. № 1 // <https://imi.hse.ru/data/2012/02/20/1263101701/БЮЛЛЕТЕНЬ%20ИННОВАЦИОННЫЕ%20ТРЕНДЫ%20ВЫПУСК%2014.pdf>.
11. Ясперс К. Идея университета. Минск: БГУ, 2006. 159 с.

**THEORETICAL-METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF THE  
INNOVATION ACTIVITY STUDY**

**V.A. Mikhaylov, V.P. Gavrikov, E.S. Toupik**

Tver State University, Tver

The article is focused on the theoretical-methodological foundations of innovation activity study with the particular emphasis on the organizational problems of the Russian Federation higher education system.

**Keywords:** *innovation, innovation activity, innovation climate, corporative innovation culture, modernization.*

*Об авторах:*

МИХАЙЛОВ Валерий Алексеевич – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой социологии ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь. E-mail: Mikhaylov.VA@tversu.ru

ГАВРИКОВ Виктор Прокофьевич – кандидат исторических наук, профессор, заведующий кафедрой политологии ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь. E-mail:

ТУПИК Елена Сергеевна – заведующий лабораторией социальных исследований ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», г. Тверь. E-mail: Tupik.ES@tversu.ru

*Authors information:*

MIKHAYLOV Valery Alexeevich – PhD, Prof., Chair of Sociology Dept., Tver State University, Tver. E-mail: Mikhaylov.VA@tversu.ru

GAVRIKOV Viktor Prokofyevich – PhD, Prof., Chair of Politology Dept., Tver State University, Tver. E-mail:

TOUPIK Elena Sergeevna – Head of the Social research laboratory, Tver State University, Tver. E-mail: Tupik.ES@tversu.ru