

ИННОВАЦИИ И ИХ ДИФфуЗИЯ: К ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНЦЕПЦИИ В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

А.Ю. СУНГУРОВ

Термин «инновация» сегодня все чаще используется в российских СМИ, об инновационном развитии говорят политики, государственные служащие, однако при этом в подавляющем случае под инновациями понимаются исключительно новые продукты и технологии, а под инновационной политикой – создание условий для развития опять-таки технологических инноваций. При этом сама общественно-политическая сфера в большинстве случаев рассматривается не как арена для инноваций общественной и политической жизни, а лишь как среда для развития инноваций технологических.

С другой стороны, неоднократные попытки создания инновационной среды в нашей стране, не меняя ничего в политике, понимаемой как отношения по поводу власти, которые каждый раз заканчиваются очередной неудачей, приводят нас к мысли о том, что сама организация социально-политической среды может способствовать или препятствовать инновациям и в сфере технологической.

Целью настоящей работы является анализ существующих представлений в различных отраслях науки об инновациях и их диффузии с целью определения возможности использования этих представлений для изучения судьбы нововведений в общественной и политической сферах общества.

«Классические» представления об инновациях.

Йозеф Шумпетер и его последователи

В многочисленных книгах и учебных пособиях по инновациям в экономике и промышленности единодушно отмечается, что впервые описание инноваций было дано в опубликованной в 1911 г. книге Йозефа Шумпетера «Теория экономического развития». И хотя сам Шумпетер в то время еще не использовал термина «инновация», он писал о факторах экономического развития следующее: «Форма и содержание развития в нашем понимании в таком случае задаются понятием «осуществление новых комбинаций».

Шумпетер определял предпринимательскую деятельность как способность продвижения инноваций на рынок посред-

ством рискового бизнеса. Предприниматель, по Шумпетеру, отнюдь не то же самое, что и капиталист: предпринимательская деятельность является новаторской по самому своему определению и в силу данного обстоятельства служит постоянным источником конкурентной реструктуризации экономики и экономического роста¹.

«Как утверждал Шумпетер, рынок нужно представлять как эволюционный процесс непрерывно сменяющих друг друга волн инноваций, который он называл процессом созидательного разрушения. По его мнению, успех рыночной системы заключается не в эффективном достижении статического оптимального равновесия, а в способности осуществлять динамические изменения в технологии и достигать динамического роста посредством таких изменений»².

Отметим здесь, что, по представлениям Шумпетера, рассматриваемые им инновации могут играть важную роль в волнах экономической активности различной длительности — в «длинных волнах» Н. Кондратьева, «волнах» средней длины (продолжительности), которые он «в интересах научно-исторической справедливости» предложил называть волнами Жюгляра³. Итак, инновации самым тесным образом связываются в теории экономического развития с самой экономической динамикой, которая с неизбежностью, отметим мы, влияет и на динамику политическую, в том числе и на политические ритмы.

При концептуализации понятия «инновация» полезно сравнить его с другими понятиями. В частности, в научной литературе отмечается, что понятие «инновация» часто смешивается с понятием «изобретение», обозначающим создание новой технической разработки или усовершенствование старой. Кроме того, многие усовершенствования товаров и услуг было бы правильнее назвать просто словом «улучшение». Понятия «изменение» и «креативность» также иногда могут употребляться вместо понятия «инновация».

Чтобы отличать «инновацию» от перечисленных выше понятий, нередко уточняется, что особенность инновации в том, что она позволяет создать дополнительную ценность, позволяет инноватору получить дополнительную ценность (либо используется другими людьми в их интересах), т.е. связана с внедрением⁴.

«Инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде но-

вого или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности»⁵.

Академик чехословацкой Академии наук Ф. Валента выделяя структурные аспекты инноваций: «Инновация — это изменение в первоначальной структуре производственного организма, т.е. переход его внутренней структуры к новому состоянию»⁶.

Словацкие исследователи Л. Водачек и О. Водачкова определяют инновацию как «целевое изменение в функционировании предприятия как системы; это может быть количественное или качественное изменение, которое касается той или иной сферы деятельности предприятия». Авторы отмечают тесную связь с обсуждаемым термином трех нижеприведенных понятий:

- *инвенция*, т.е. инициатива, предложение, идея, проект возможного решения, который после проработки выльется в инновацию;
- *инициация инновации*, т.е. научно-техническая, экспериментальная или организационная деятельность, целью которой является начало инновационного процесса или поддержание его необходимого хода;
- *диффузия*, т.е. распространение уже однажды освоенной и использованной инновации в новых условиях или местах применения⁷.

Наконец, предложим наше краткое определение: «Инновация — это целевое (осознанное) изменение в структуре или функциях системы определенного вида».

Общим во всех этих и аналогичных им определениях является, на наш взгляд, представление об инновации как о некоем уже хотя бы отчасти реализованном проекте. Сама по себе новая идея, проект, существующие только в мозгу автора или на бумаге как результат обсуждений команды единомышленников еще новацией не является — в этом случае используются термины «новшество» или «инвенция».

Второй вывод, который напрашивается после сравнения рассмотренных дефиниций — что инновация сама по себе представляет процесс, процесс распространения нового, причем процесс, по крайней мере, на начальном этапе — сознательный, требующий энергии и риска предпринимателя. Далее же процесс распространения инновации может носить уже стихийный

характер, и именно в этом смысле используется термин диффузия.

С понятием инновации тесно связано такое понятие, как инновационный процесс. В словаре «Научно-технический прогресс» инновационный процесс определяется через совокупность трех стадий: от исследований до первого производственного освоения; от первого освоения до развертывания выпуска в масштабах, достаточных для удовлетворения потребности всего народного хозяйства: от производства новшества до его использования конечными потребителями, включая обслуживание и утилизацию использованного изделия⁸. В тексте Т.Ф. Гареева дается иное, более широкое и более важное для нашей работы понимание инновационного процесса как «динамичного и позитивно оцениваемого взаимодействия между инноватором и внешней средой (экономической, социальной, политической и т.п.) в результате целенаправленно осуществляемого инноватором изменения состояния практической деятельности вследствие применения к ней нового либо не использовавшегося в данной области знания»⁹.

Важной частью инновационного процесса является диффузия – распространение уже однажды освоенной и использованной инновации в новых условиях или местах применения. В результате диффузии возрастает число как производителей, так и потребителей, и изменяются их качественные характеристики. Непрерывность нововведенческих процессов определяют скорость и границы диффузии инноваций в рыночной экономике. Сам обсуждаемый термин стал широко распространенным в маркетинге после появления в свет в 1962 г. работы Э. Роджерса¹⁰. В основу модели Э. Роджерса положено разделение потенциальных потребителей инновации (или участников процесса диффузии) по признаку предрасположенности к ее восприятию, при этом в рамках модели выделяется пять групп: новаторы (2,5%), ранние последователи (13,5%), раннее большинство (34%), позднее большинство (34%) и опоздавшие (16%). Отметим, что это распределение может быть отнесено и к инновационному процессу в сфере социально-политической, здесь также доля застрельщиков инновации не превышает 2 – 3 %.

Диффузия научно-технических знаний и информации, в отличие от коммерциализации технологий, по мнению Т.Ф. Гареева, является некоммерческим элементом трансфера науч-

но-технических достижений¹¹. Этот способ реализуется либо в тех случаях, когда владелец научно-технического знания не осознает, не имеет возможности или не заинтересован в его коммерциализации, либо в случаях, когда само знание, являясь фундаментальным, базовым, не подлежит коммерциализации.

Понятие диффузии в социальных науках

Несмотря на то, что понятия инновации и диффузии инновации используются сегодня наиболее часто в поле менеджмента и маркетинга, все же впервые они были использованы на рубеже XIX и XX веков в другой области знания. Точнее, речь шла не столько о самих инновациях (этот термин вошел в оборот несколько позже), сколько о диффузии определенных признаков культуры, культурных обычаев, институтов, от одного народа к другому.

Сегодня под диффузионизмом (от лат. *diffusio* — разливание, растекание, просачивание), понимается направление в этнографии, социологии, социальной антропологии, культурологии, археологии, объясняющее развитие культур отдельных народов не их самостоятельной эволюцией, а главным образом или даже исключительно заимствованиями культурных достижений других народов (при миграциях и т.п.)¹².

Основные положения теории диффузионизма:

- Происхождение культурных элементов обусловлено географически. Каждый из них возник в конкретном регионе и оттуда распространялся по земному шару.

Главные факторы развития культуры связаны с заимствованиями, переносом, смешением ее элементов. Культура изменяется посредством перемещения, передвижения ее элементов, причем перемещение затрагивает не только предметы материального быта, но и идеи: идеологии, мифологии и т.п.¹³

Примером современного прочтения этой теории является монография Е.В. Алексеевой с характерным названием «Диффузия европейских инноваций в России»: «Перенос и диффузия важнейших инноваций из одной страны в другую является рабочей парадигмой теории модернизации. Модернизация рассматривается как система эпохальных нововведений, возникших в Новое время на территории Западной Европы и распространившихся по всему миру. Диффузия может быть определена как импорт и распространение инноваций в обществе при непосредственном контакте участников взаимодействия

или опосредованно через различные средства передачи информации»¹⁴.

Говоря о внешних влияниях на общественно-политическую и культурную жизнь России, исследователи, естественно, не ограничиваются только влиянием европейских стран. Так, выдающийся культуролог Ю.М. Лотман анализировал проблемы влияния Византии на русскую культуру¹⁵. Совсем недавно в Санкт-Петербурге была защищена диссертация, посвященная анализу процессов восприятия в России американской культуры¹⁶.

Инновации в социуме и инноватика

В российской социологической энциклопедии термин «социальная инновация» определяется как: 1) результат творческой деятельности, получивший широкое применение и послуживший основанием для значимых социальных изменений; 2) процесс преобразования нововведений в социокультурные нормы и образцы, обеспечивающий их институциональное оформление и закрепление в сфере духовной и материальной культуры общества»¹⁷.

Таким образом, и для случая социальных инноваций мы видим определенный дуализм понятия — инновация одновременно рассматривается и как процесс, и как результат этого процесса.

Сегодня стало уже привычно говорить об инновациях в различных областях социальной сферы — в медицине, в образовании, в направлениях, связанных с работой с группами риска, а также с людьми, преступившими закон и с потерпевшими. Особенно широко понятие «инновация» употребляется у нас в стране по отношению к сфере образования. Здесь речь идет об инновациях на всех уровнях образования — от начального до высшего¹⁸, здесь действует специальный образовательный портал «Инновации в образовании»¹⁹.

Социологи во второй половине XX в. стали смотреть на инновации как на стадию общего процесса социального изменения, выделив в них четыре основных элемента: «новшество», «новаторы», «агенты диффузии», «оцениватели». Критическую, переломную фазу процесса составляет изменение поведения «оценивателей» соответственно тем или иным инновациям²⁰.

Авторы Большого толкового социологического словаря Д. Дэвид и Дж. Джерри, определяя диффузию (diffusion) уже в

широком смысле — «как распространение черт культуры (например, религиозных убеждений, технологических идей, форм языка и т.д.) или социальной практики одного общества (группы) другому»²¹.

Расширение сферы исследований, связанных с инновационными процессами, постепенно привело к тому, что стал использоваться специальный термин — «инноватика» — как обозначение отрасли теории изменения, предметом которой является инновационный процесс и производимые им изменения в какой-либо системе. Важным шагом на пути систематизации научных знаний в новой области социологии, изучающей сущность и закономерности порождения, развития и распространения инноваций в современном обществе, стала работа профессора Ю.А. Карповой «Введение в социологию инноватики»²². В рамках этой работы инновация рассматривается как социальный феномен, появление и функционирование которого в культуре вызывает системные социальные изменения.

Инновации в праве и их рецепция

Знакомство с существующей литературой по правовой культуре, включая выработку, принятие, применение, контроль, в которой затрагиваются вопросы социальных инноваций, показывает, что основная ее часть связана не столько с появлением инноваций как таковых, сколько с проблемой их распространения и переноса правовых норм и практик из одной страны в другую. В правоведении с этим связывается процесс кроссконституционного влияния²³, использования элементов или целых конструкций, получивших развитие в одних странах, в конституционных процессах других государств. При анализе таких процессов зачастую используется понятие рецепции. Так, анализируя влияние римского права на российскую правовую систему, С.В. Ткаченко совершенно верно отмечает, что правовые системы разных стран не существуют изолированно, а взаимодействуют друг с другом, ведут постоянный культурный диалог. Правовая культура отдельных стран подвергается постоянной «бомбардировке» со стороны попадающих в нее, подобно «метеоритному дождю», случайных фрагментов других правовых культур, юридических текстов, процедур и правовых конструкций²⁴.

Существуют интересные попытки выделения в общем процессе рецепции различных ее аспектов («юридическая экспан-

сия», «юридическое заимствование» и собственно рецепция). Термин «юридическая экспансия» рассматривается как процесс и результат навязывания одним обществом (частью общества, государством, социальной группой и т.п.) своей правовой системы другому обществу. Понятие «заимствование» указывает на процесс добровольной «пересадки» юридических элементов, тогда как термин «рецепция» обыкновенно применяется в науке для обозначения наряду с процессом результата, а именно, усвоения каким-либо обществом элементов правовой системы другого общества²⁵.

В статье красноярского юриста В. Княгинина²⁶, размещенной на сайте «Русский архипелаг», ставится вопрос о том, что именно заимствуют государство и общество: отдельные правовые институты, элементы юридической техники, практики правоприменительной деятельности и т.п. А может быть заимствуется то, что Ж. Бурдо назвал «правовой идеей» («идеей права»), т.е. системы общих взглядов, «верований» отдельных сообществ людей либо общества в целом относительно основ (принципов) социального, политического, правового порядка²⁷. В первом случае речь идет о «юридической аккультурации» в широком смысле, т.е. о переносе одной культуры в другую, во втором — о глобальном процессе, получившем название «рецепция». Последняя меняет весь правовой строй общества-реципиента и является в этом смысле тотальной аккультурацией. Ж. Карбонье, описывая рецепцию как особую форму аккультурации, употребил даже такой термин, как «культурная мутация»²⁸.

В результате проведенного рассмотрения можно сделать уверенное заключение, что не существует никаких сколь-нибудь серьезных препятствий для использования концепции инноваций и их диффузии для изучения процессов в социально-политической сфере. Как было показано, эта концепция уже давно плодотворно используется в социальной науке, проблемы диффузии нововведений являются одной из органических составляющих права, следовательно, в этом ряду, бесспорно, найдется соответствующее место и для науки политической. Соответственно, использование концепции инноваций в сфере политики может и должно стать предметом дальнейших работ.

ПРИМЕЧАНИЯ

- ¹ См.: *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. — М.: Эксмо, 2007.
- ² *Михаил Буланов.* Теории циклической динамики. Сайт цивилизационного форума «Социнтегрум»: <http://www.socintegrum.ru/bulanov1.pdf>.
- ³ См.: *Шумпетер Й.А.* Теория экономического развития. — С. 41.
- ⁴ См. статью на сайте «Словари и энциклопедии на Академике»: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/152267>.
- ⁵ *Джолдасбаева Г.К.* Инновация как основной фактор повышения эффективности производства. Портал «Технологии корпоративного управления»: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_18/article_2933.
- ⁶ *Валента Ф.* Творческая активность — инновации — эффект. — Прага, 1969.
- ⁷ См.: *Водачек Л., Водачкова О.* Стратегия управления инновациями на предприятии. — М.: Экономика, 1989. — С. 23.
- ⁸ См.: Научно-технический прогресс: Словарь / Сост. В.Г. Горохов, В.Ф. Халипов. — М., 1987.
- ⁹ *Гареев Т.Ф.* Эволюция моделей инновационного процесса // Вестник ТИСБИ. 2006. Вып. 2: <http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2006/issue2/econom4.html>.
- ¹⁰ См.: *Rogers E.M.* Diffusion of innovations. 4-th. ed. — New York: The Free Press, 1995.
- ¹¹ См.: *Гареев Т.Ф.* Трансфер технологий и диффузия инноваций как элементы инновационного процесса. Сайт «Инновации и предпринимательство»: http://www.innovbusiness.ru/content/document_r_67B2A439-34E2-4B91-B225-0699ABCFE2A3.html.
- ¹² См.: *Кравченко А.И.* Культурология: Словарь. — М.: Академический проект, 2000. — С. 147 — 149: <http://www.countries.ru/library/ideas/diffusionism/diff.htm>.
- ¹³ См.: *Лурье С.В.* Историческая этнология. — М.: Аспект Пресс, 1998: <http://svlourie.narod.ru/hist-ethnology>. Глава 1.
- ¹⁴ *Алексеева Е.В.* Диффузия европейских инноваций в России (XVIII — начало XX в.). — М.: РОССПЭН, 2007. — С. 6.
- ¹⁵ См.: *Лотман Ю.М.* Проблемы византийского влияния на русскую культуру в типологическом освещении // Византия и Русь / Отв. ред. Г.К. Вагнер. М., 1989.
- ¹⁶ См.: *Левшина О.Н.* Рецепция американской культуры в России в XVIII — XIX вв. Автореферат дис. на соиск. ученой степени канд. филос. наук. — СПб.: РГПУ, 2009.
- ¹⁷ Социологическая энциклопедия. В 2 т. Т. 2 / Руководитель научного проекта Г.Ю. Семигин. — М.: Мысль, 2003. — С. 456.
- ¹⁸ См., например: *Кулешова Г.М.* Инновация как новая философия образования. <http://eidos.ru/journal/2005/0910-20.htm>; Инновации в образовании: человекообразный ракурс / Сб. науч. тр. / Под ред. А.В. Хуторского. — М.: ЦДО «Эйдос», 2009.
- ¹⁹ <http://sinncom.ru>.
- ²⁰ См.: *Маршак А.Л.* Социология инноватики как прикладная наука: к постановке вопроса // Интеллектуальный ресурс как важнейший фактор управления промышленностью. — М., 1996.

- ²¹ <http://voluntary.ru/dictionary/567/word/%C4%C8%D4%D4%D3%C7%C8%DF>
- ²² См.: Карпова Ю.А. Введение в социологию инноватики.— СПб.: Питер, 2004.
- ²³ См.: Кузнецов И.И. Кроссконституционное влияние в политическом процессе России // Политэкс. 2007. Т. 3. № 3. — С. 165 — 181.
- ²⁴ См.: Ткаченко С.В. Рецепция римского права: вопросы теории и истории. Диссертация на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Москва, 2006. 2.1. Понятие и проблемы рецепции римского права: <http://www.allpravo.ru/library/doc108p0/instrum6674/item6679.html>.
- ²⁵ См.: Тверякова Е.А. Юридическая экспансия: теоретико-историческое исследование. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата юридических наук. — Нижний Новгород, 2002. — С.10, 16.
- ²⁶ См.: Княгинин В. Рецепция зарубежного права как способ модернизации российской правовой системы: <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/kapital/system/modernization/>.
- ²⁷ См.: Батыр К.И. Институционализм в изучении революционной государственности XVII — XVIII веков // Право и идеология: Сб. науч. трудов / Отв. ред. И.А. Исаев. — М.: МЮИ, 1991. — С. 22 — 24.
- ²⁸ См.: Карбонье Ж. Юридическая социология. — М.: БГК им. И.А. Бодуэна, 1998. — С. 198 — 201.

Аннотация

Ключевые слова: *диффузии, инновации, политические инновации, политические процессы, рецепции.*

В работе рассматривается возможность использования концепций инноваций и их диффузии, разработанных в сфере менеджмента и теории экономического развития для анализа процессов, происходящих в политической сфере. Краткий анализ классических представлений об инновациях Й. Шумпеттера и его последователей, развития концепции диффузии и диффузионизма в социальных науках, кроссконституциональных заимствований в праве, а также социальных инноваций и представлений такого нового научного направления, как инноватика, показывает реальную возможность использования обсуждаемой концепции для анализа политических инноваций.

Summary

Keywords: *diffusion, innovation, political innovations, political processes, receptions.*

The applicability of conceptions of innovation and it's diffusion, elaborated firstly in management theory of economic development by Joseph Shumpetter and developed later in management, is analyzed for political and policy process. The conceptions of diffusion in culture studies as well as process of cross constitutional transfers in the law studies were subjects of analyses. The real possibility of using of discussed approaches for analysis of political innovations is the conclusion of this paper.