

Кубіній В.В.

СУЧАСНІ КОНЦЕПТИ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Стаття присвячена систематизації сучасних поглядів на сутність інноваційної культури, виділені наступні найбільш поширені концепти: процесний, факторний, інституціональний, інституційно-факторний, інформаційно-комунікаційний та просторовий. Аналіз вказаних концептів дозволяє окреслити системний підхід, в межах якого інноваційна культура розглядається як сукупність інноваційних та культурних складових, що взаємодіють між собою і викликають появу нових благ та їх якостей, що в свою чергу є основою розвитку суспільства та його економічної сфери.

Ключові слова: інноваційна культура, процес, фактор, інституційний підхід, інформаційно-комунікаційний ракурс, просторова концепція, система.

Постановка проблеми. Ускладнення ринкових відносин, посилення турбулентності ділового середовища та активізація конкурентної боротьби викликають необхідність пошуку нових, адекватних сучасним викликам, способів та важелів формування радикальних переваг, що забезпечують випереджальний розвиток економічної системи. В цих умовах особливої актуальності набуває теоретичне визначення та практичне окреслення інноваційної культури, що створює інституційно-організаційні та соціально-економічні можливості формування нової якості.

Інноваційна культура, маючи складну структуру, представляє собою багатогранне явище, яке вимагає дослідження її сутності з різноманітних позицій, що забезпечить визначення практичних важелів стратегічної конкурентної боротьби.

Все це обумовлює актуальність обраної теми дослідження, результати якого запропоновані в даній публікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми культури знаходяться в центрі уваги вітчизняних та закордонних дослідників, особливо її видовий контент. Виділяють різноманітні форми та види культури в залежності від її релігійного, етнічного, територіального, політичного, вікового та інших змістів. Систематизація поглядів на сутність інноваційної культури не знайшла такого широкого розповсюдження, але можливо виділити декілька позицій. Так, Ісаєв В.В. висловлюється за поділ понять «інноваційна культура суспільства» і «інноваційна культура окремої людини». Визначаючи інноваційну культуру суспільства як «плід створення якоїсь інноваційної інфраструктури, інституту

інноваційної діяльності», автор розглядає інноваційну культуру особистості через її «вміння пристосовуватися до постійно змінюючогося світу, вміння творити нове, вміння правильно оцінити і прийняти нововведення».[4] Даний поділ інноваційної культури може бути корисним в процесі організації культурної діяльності, але не дозволяє висвітлити різноманіття змісту індивідуальної або суспільної інноваційної культури.

Спроба розкрити різноманіття концептів інноваційної культури відстежується в роботах Долгова В.І., що виділяє її, з одного боку, як особливий вид культури, а з іншого – як елемент, присутній в кожному виді культури. [3] Головним недоліком даного поділу є те, що автор не надає характеристику виду культури, а відповідно завуальовується місце інноваційної культури як елементу.

Як вид інноваційної культури пропонують розглядати маркетингову регіональну культуру Мікловда В.П., Шандов Ф.Ф., Щелкунова О.В. та інші закарпатські дослідники. [10] Неможливо не відмітити, що в монографії вказаних авторів відсутнє визначення регіональної маркетингової культури як такої, що представляє собою результат новацій, а це викликає сумніви у запропонованому твердженні.

Певною мірою поділом концепцій інноваційної культури на традиційну та евристичну можливо вважати позицію Лала Д., дослідження яким об'єктивних процесів економічного зростання дозволило зробити висновок про два напрямки інтенсифікації економіки. По-перше, це поглиблення спеціалізації, а відповідно й перерозподіл ресурсного потенціалу, на що суттєвим чином впливають тенденції міжнародної торгівлі. Цей напрямок названо смітовським на честь Сміта А. та його теорії міжнародного поділу праці. Другим напрямком Лал Д. виділяє посилення науково-технічного прогресу у світі. Даний

напряма автор називає прометеївським типом на честь Прометея, якій приніс людям вогонь та, відповідно, нові можливості розвитку." [7, 24] При всій глибині поглядів на сутність інноваційної культури відсутня її систематизація, яка сприяє виявленню базових ознак, що в свою чергу надає практиці інструментарій використання інноваційної культури як засобу підвищення ефективності економічної системи та її конкурентоспроможності.

Формулювання цілей статті. Метою статті є окреслення сучасних концепцій інноваційної культури як основи розвитку економічної системи.

Для досягнення мети вирішені два завдання:

1. Визначені основні риси пануючих в сучасній науковій думці підходів до інноваційної культури.

2. Запропоновано застосування системного підходу як методико-методологічного концепту сутності інноваційної культури.

В процесі дослідження застосовані методи монографічного аналізу, категоріального визначення, абстрагування, систематизації та інші.

Опис основного матеріалу дослідження. Дослідження думок, що панують в закордонній та вітчизняній науковій думці, дозволяють виділити серед широкого кола наступні основні методико-теоретичні ракурси на інноваційну культуру (рис.1).



Рис.1. Сучасні сутнісні концепти інноваційної культури*

* Складено автором

Культура **як процес** розглядається Лісіним Б.К. наступним чином: «інноваційна культура – це область загальнокультурного процесу, що характеризує ступінь сприйнятливості особистістю, групою, суспільством різних нововведень в діапазоні від толерантного ставлення до готовності і здатності до перетворення їх в інновації... Інноваційність – це якість, іманентна культурі в цілому, оскільки оновлення є необхідна умова культурного процесу. В обстановці підйому інноваційної культури процеси відновлення різних галузей набувають більш інтенсивний і загальний характер, охоплюють зміни все більш високого порядку, наприклад перехід на нові інформаційні та інші технології і т.п. – аж до трансформації суспільно-економічного укладу». [8, с.49]

Одним з найбільш популярних в науковому середовищі підходів є **факторний**, що розкриває інноваційну культуру як поштовх для розвитку економічної системи. Як фактор розглядає інноваційну культуру Кісельова О.О.: «Цікавим є те, що культура, з одного боку, сама є джерелом потенціалу особистості, а з іншого, забезпечує

умови його реалізації, які, в свою чергу, можуть бути як зовнішніми, породжуються самою культурою, так і внутрішніми, що визначаються станом психічного світу суб'єкта культури». [6]

Серед апологетів **інституційного підходу** неможливо не відмітити відомого британського дослідника Маліновського Б., який вважає, що «культура – це єдине ціле, що складається переважно з автономних, а частково з узгоджених між собою інститутів. Вона об'єднує в собі ряд моментів, таких як спільність крові, суміжність середовища проживання, пов'язана зі спільною діяльністю, спеціалізація цієї діяльності і не в останню чергу – використання влади в політичних цілях. Кожна культура зобов'язана своєю цілісністю і самодостатністю тому факту, що вона служить задоволенню всього спектра базових, інструментальних та інтеграційних потреб. Отже, принаймні в одному відношенні було б глибоко помилково стверджувати, як це недавно робилося, що кожна культура являє собою лише частину того, що могло б бути». [9]

До інституційно-факторного концепту можливо віднести так звану концепцію еліт, які є рушійною силою інноваційної культури. Еліти формують інститути і виступають в якості чинника регіонального або національного розвитку. Крім цього, існує точка зору, що культуру створюють та зберігають культурні еліти, які до останнього часу включали діячів науки, мистецтва та освіти. З кінця минулого століття до складу інтелігенції, що безумовно задіяна у сфері культури, відносяться працівники комунікацій, засобів масової інформації, особливо як результат формування та розвитку інформаційного суспільства. Внаслідок цього все ширше застосовується поняття інформаційної культури, комунікаційної культури, інтернет-культури. Одночасно роль вчених та діячів мистецтва зменшується, їх вплив на культурне середовище все більше залежить від засобів масової інформації, які можуть поширити ті чи інші твори, або навпаки, забути. Сучасними вважається науковцями, що «роль традицій в епоху, що отримала назву постмодернізму, різко скорочується». [1, с.9]

Інформаційно-комунікаційний концепт є певною мірою продовженням інституційно-факторного бачення на сутність інноваційної культури, але разом з тим на чільне місце ставить рівень організованості та зміст системи комунікацій. «Сполучною ланкою між усіма елементами інноваційної культури ... є комунікація – одна з умов високої якості культурного середовища». [11, с.177] Як система комунікацій культура та, відповідно, інноваційна культура представлена Уколовою Л.Е.: культура – «це своєрідний континуум, в якому, дякуючи світовій системі комунікацій, потоки інформації перетворюють взаємодію особистості з простором, часом, світом речей, взаємодію між реальністю та ідеальним, реальністю та віртуальним, міжособовою комунікацію...діалог стає все більш важливим механізмом існування культури». [12, с.22] Всесвітньо відомий антрополог Ернест Геллнер у фундаментальній праці «Нації та націоналізм» висвітлює позицію, що культура «розуміється як система ідей, умовних знаків, зав'язків, способів поведінки і спілкування». [2]

Інший підхід до культури можливо назвати *просторовим*, в межах якого культура розглядається як простір, який містить багато об'єктів. [5, с.4] Екстраполюючи даний підхід на інноваційну культуру, можливо її визначити як специфічну сферу культурного простору, включаючи різноманітні інноваційні продукти, комплекси та суспільства. Наприклад, західні країни вже здійснили перехід від індустріального

суспільства до інформаційного, а сьогодні вже зустрічаються думки, що інформаційне суспільство трансформується в суспільство знань. При цьому доцільно відмітити, що знання самі по собі не є самоціллю, вони створюються та реалізуються в культурному середовищі, здатному прийняти інновації та їх впровадити у широке життя.

У культурному просторі «набагато більш цінний характер мають такі об'єкти культурного простору як філософські концепції, наукові теорії, релігійні вчення». [5, с.8] Відповідно в просторі інноваційної культури цінний характер мають фундаментальні науки та їх результати. Саме вони визначають тенденції науково-технічного прогресу, інноваційного розвитку та суспільних перетворень.

Запропоновані вище концепти інноваційної культури мають певну фрагментарність, розглядаючи контент культури лише з одного ракурсу. Вважаємо доцільним інноваційну культуру визначати як системне явище, яке представляє собою сукупність інноваційних та культурних складових, взаємодіючих між собою, обумовлюючи появу нових благ та їх якостей, що в свою чергу є основою розвитку суспільства та його економічної сфери.

В межах системного підходу інноваційна культура представляє собою матрицю, в якій по вертикалі відображається розвиток новацій, а по горизонталі – види культури (економічна, технологічна та організаційна). Економічна культура характеризує ставлення суспільства та його індивідуумів до використання ресурсів. Технологічна стверджує цінності, які закладені у концепцію розвитку та реалізуються в процесі науково-технічної активності. Організаційна культура визначає ті правила, норми, регламенти, які складають базис відносин між їх суб'єктами в процесі створення, функціонування, упорядкування та розвитку підприємства, регіону чи країни в цілому. Організаційна культура включає культури інформаційну, управлінську та комунікацій.

Системний підхід до інноваційної культури дозволяє визначити, обґрунтувати та впровадити конкретні дії, що забезпечить її високу віддачу.

Висновки і перспективи подальших досліджень. В процесі дослідження виділені наступні підходи до розкриття сутності інноваційної культури: процесний, який розглядає інноваційну культуру як послідовність дій; факторний, в межах якого інновації в сукупності з культурою виступають чинником розвитку суспільства; інституційний як сукупність норм та цінностей, що панують в суспільстві; інституційно-факторний, в межах

якого інститут слугує імпульсом розвитку; інформаційно-комунікаційний як такий, що створює певний контент інформації та її обміну й застосування; просторовий, що представляє інноваційну культуру як поле, на якому зібрані різноманітні концепти, теорії, артефакти.

Запропоновано інноваційну культуру розглядати як системне явище, яке представляє собою сукупність інноваційних та культурних складових, що взаємодіють між собою і викликають появу нових благ та їх якостей, що в свою чергу є основою розвитку суспільства та його економічної сфери. В межах системного підходу інноваційна культура представляє собою матрицю, в якій по вертикалі відображається розвиток новацій, а по горизонталі – види культури (економічна, технологічна та

організаційна). Економічна культура характеризує ставлення суспільства та його індивідуумів до використання ресурсів. Технологічна стверджує цінності, які закладені у концепцію розвитку та реалізуються в процесі науково-технічної активності. Організаційна культура визначає ті правила, норми, цінності, які складають базис відносин між їх суб'єктами в процесі створення, функціонування, упорядкування та розвитку підприємства, регіону чи країни в цілому. Організаційна культура включає культури інформаційну, управлінську та комунікацій.

В подальшому дослідження заплановано побудувати модель інноваційної культури, що функціонує на засадах системності.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Арутюнова М.А. Медиасреда и роль культурных элит / М.А. Арутюнова // Тезисы докладов и выступлений на «Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и социология в 21 веке: социальные вызовы и альтернативы» : в 3 т. – М.: Альфа-М. – 2003. – Том 2. – 800с. – С.9-10.
2. Геллнер Э. Нации и национализм. / Э.Геллнер. – М., 1991. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/gelln/index.php
3. Долгова В. И. Акмеологическая сущность инновационной культуры кадров государственной службы / В.И. Долгова // Вестник Челябинского университета. Сер. 5. 14: Педагогика. Психология. – 1999. – № 1. – С. 65–71.
4. Исаев В. В. Круглый стол в Институте стратегических инноваций/ В.В. Исаев // Инновации. – 2000. – № 5–6.
5. Кармин А.С. Культурология социальных отношений: Серия «Мир культуры, истории, философии» / А.С. Кармин. – СПб: Издательство «Лань». – 2000. – 128с.
6. Киселева О.О. Профессионально-педагогический потенциал учителя /О.О. Киселева. — Петропавловск-Камчатский: Изд-во КГПУ. – 2002. — 298 с.
7. Лал Д. Непреднамеренные последствия. Влияние обеспеченности факторами производства, культуры и политики на долгосрочные экономические результаты. / Д. Лал. – Москва, "ИРИ-СЭН". – 2007. – 338 с.
8. Лисин Б.К. Инновационная культура /Б.К. Лисин // Инновации/– № 10 (120)/ – 2008. – С.49-53.
9. Малиновский Б. Научная теория культуры. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fedy-diary.ru/html/112010/08112010-01a.html>
10. Мікловда В.П. Маркетинговий потенціал регіону: проблеми та шляхи їх подолання / В.П. Мікловда, Н.Ю. Кубіній, Ф.Ф. Шандор, О.В. Щелкунова, О.Д. Коваль: Монографія. – Ужгород: Ліра. – 2009. – 208с.
11. Патутина Н.А. Социальные коммуникации как часть инновационной культуры компании /Н.А. Патутина // Управление корпоративной культурой. – № 3–04(27–28). – 2015. – С. 176-183.
12. Уколова Л.Е. Проблемы диалога в современной культуре. / Л.Е. Уколова // Тезисы докладов и выступлений на «Всероссийском социологическом конгрессе «Российское общество и социология в 21 веке: социальные вызовы и альтернативы» : в 3 т. – М.: Альфа-М. – 2003. – Том 2. - 800с. – С.21-23.

REFERENCES

1. Arutyunova M.A. (2003) Mediasreda i rol kulturnykh elit. [Mediaenvironment and role of cultural elites] Theses of lectures and performances on "All-russian sociological congress "Russian society and sociology in 21 century: social calls and alternatives" Vol 2. – М.: Alfa-M. [In Russian]
2. Gellner E. (1991) Natsii i natsionalizm. [Nations and nationalism]. Retrieved from: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/gelln/index.php [in Russian].
3. Dolgova V. I. (1991) Akmeologicheskaya sushchnost innovatsionnoy kultury kadrov gosudarstvennoy sluzhby. [Acmeologic essence of innovative culture of shots of government service]. Announcer of the Chelyabinsk university. Ser. 5/14: Pedagogics. Psychology. [In Russian].
4. Isayev V. V. (2000). Kruglyy stol v Institute strategicheskikh innovatsiy/ [Round table in Institute of strategic innovations]/ - Innovations – № 5–6. [In Russian].
5. Karmin A.S. (2000). Kulturologiya sotsialnykh otnosheniy: Seriya «Mir kultury. istorii. filosofii». [Cutrurology of social relations: Series the "World of culture, history, philosophy"], SPb: Izdatelstvo «Lan». [In Russian].

6. Kiseleva O.O. (2002). Professionalno-pedagogicheskiy potentsial uchitelya. [Professionally-pedagogical potential of teacher]. Petropavlovsk-Kamchatskiy: KGPU. [In Russian].
7. Lal D. (2007). Neprednamerennyye posledstviya. Vliyaniye obespechennosti faktorami proizvodstva. kultury i politiki na dolgosrochnyye ekonomicheskiye rezultaty. [Unpremeditated consequences. Influence of material well-being, cultures and politicians on long-term economic results, the factors of result]. Moskva. "IRI-SEN". [In Russian].
8. Lisin B.K. (2008) Innovatsionnaya kultura [Innovative culture] Innovations, № 10 (120) [In Russian].
9. Malinovskiy B. Nauchnaya teoriya kultury. [The Scientific theory of culture]. Retrieved from:: <http://www.fedy-diary.ru/html/112010/08112010-01a.html> [In Russian].
10. Miklovda V.P. (2009). Marketynhovyy potentsial rehionu: problemy ta shlyakhy yikh podolannya. [Marketing Potential Of the Region: Problems and the Ways of Solution]. Uzhhorod: Lira. [In Ukrainian].
11. Patutina N.A. Sotsialnyye kommunikatsii kak chast innovatsionnoy kultury kompanii. [Social communications as part of innovative culture of company] Management by a corporate culture. № 3–04(27–28). [In Russian].
12. Ukolova L.E. Problemy dialoga v sovremennoy kulture. [Problems of dialogue in a modern culture]. Theses of lectures and performances on " All-russian sociological congress "Russian society and sociology in 21 century: social calls and alternatives" Vol.2. M.: Alfa-M. [In Russian].

Одержано 15.09.2017 р.