

© 1996 г.

А.А. МЕШКОВ

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ИННОВАЦИИ В АМЕРИКАНСКОЙ СОЦИОЛОГИИ

Мешков Александр Александрович - аспирант социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова.

Термин "инновация" и его производные являются одними из ключевых понятий современной социологии организаций. Отечественные специалисты рассматривают инновацию как универсальный метод, набор инструментов обеспечения оптимального технологического прогресса организации путем планируемого управленческого воздействия на социальную структуру предприятия [1-6]. Между тем из поля зрения социологов ускользает широкий спектр теоретических и концептуальных проблем, связанных с происхождением понятия в системе социальных наук Запада - прежде всего США. А ведь инновация - это не только система периодически вводимых разовых новшеств, заменяющих товарные и технологические переменные организационной структуры. Это и *комплексный социокультурный процесс, развивающийся по неким объективным законам, тесно взаимосвязанный с историей и традициями рассматриваемых социальных систем и кардинально преобразующий их структуру. Это и социально-психологический феномен, характеризующийся своеобразным жизненным циклом, с особыми фазами, последовательностями и зависимостями происходящих в индивидах когнитивных и эмоциональных процессов* [7-24]. Оба подхода оказали значительное влияние на исследования организационной культуры 80-х годов [7, 10, 13, 16-18].

С точки зрения атрибутики, инновация - это особая сфера теории и практики, система действий социального субъекта, направленная на совершенствование качеств социокультурного объекта и позволяющая агенту приобрести в качестве вознаграждения желаемые ресурсы и положительную репутацию в глазах референтных аудиторий релевантного социального пространства. Частные варианты данного взгляда сосредоточены на описании инновации как инструмента деятельности *предпринимателей*, при помощи которого последние используют изменения как благоприятную возможность для осуществления своих замыслов в сфере бизнеса. С другой стороны, инновация - это специфический логико-рациональный компонент поведения субъектов инновации, касающийся познания содержания восприятий и разнообразных концепций, а также изменения качеств менталитета, когнитивных способностей индивида.

Настоящая работа - попытка дать краткое описание основных направлений исследования феномена инновации, сложившихся в американской социологии преимущественно в 1970-х годах. Данный этап выбран не случайно: рост уровня неопределенности и динамизма социальных структур в сочетании с уникальными свойствами культурной системы стран Запада стимулировали инновационный взрыв в деятельности организаций, мгновенно отразившийся на состоянии и направлении исследований социологии организаций. Именно *в этот период был заложен важнейший фундамент концепций инновации, оказавших мощное влияние на развитие организационных теорий в 80-90-е годы* [18-19]. Учитывая тот факт, что развитие инновационных концепций в нашей стране пошло весьма своеобразным путем, опыт американских коллег представляется нам чрезвычайно ценным - как в плане *критического анализа собственных разработок*, так и *прогноза развития отечественных инновационных концепций*.

К теоретическому фундаменту исследований инновации можно отнести положение традиционных макросоциологических теорий - функционализма, социальной экологии и т.д. Их эмпирической основой послужили наблюдения и анализ процессов в корпорациях как наиболее активных и влиятельных элементах современной социальной системы.

Первыми крупнейшими теоретиками инновационных процессов по праву считаются И. Шумпетер и Н.Д. Кондратьев. Шумпетер увидел в нововведениях возможности для ускоренного преодоления экономических спадов через активизацию радикальных технологических изменений. Норма здоровой экономики - в динамическом неравновесии, вызванном деятельностью новатора-предпринимателя. Цель инновации - повысить отдачу на вложенные ресурсы. Инновация (нововведение) является скорее экономическим и социальным понятием, чем техническим.

В соответствии с теорией "больших циклов" Н.Д. Кондратьева, динамика экономической структуры общества чутко реагирует на базовые нововведения (ключевые изобретения), влекущие за собой реализацию вторичных, модернизирующих социально-экономических нововведений [6].

Дальнейшее комплексное развитие представлений об инновационных процессах на Западе связано с именами П.Ф. Дракера, К. Левина, Э.М. Роджерс, Дж. Залтмена, Х.Г. Барнетта, Р. Данкана и других исследователей. Характерно, что практически все теоретики и практики инновации, с работами которых мы знакомы, обосновывают (по меньшей мере имплицитно) существование феномена "социального прогресса", который понимается как рост технологических возможностей социального субъекта, открывающий доступ к более широкому по сравнению с предыдущим спектру ограниченных ресурсов, обеспечивающих его существование [8-15, 19, 20].

В настоящее время можно выделить два основных подхода в изучении инновации: 1) *организационно-ориентированный* и 2) *индивидуально-ориентированный* [14, 15].

В организационно-ориентированном подходе термин "инновация" используется как синоним понятия "изобретение" и относится к *созидательному процессу, где два или более представления, идеи, объекта сочетаются вовлеченным в процесс социальным субъектом неким особым образом с целью сформировать ранее не существовавшую конфигурацию* (Дж. Хэйдж, М. Айкен, Х. Шепард, Э.М. Роджерс, Р. Данкан, Дж. Холбек, С. Беккер, Т.П. Уайслер, Дж.К. Уилсон, Дж. Залтмен, Г. Уатсон и др.). Этот субъект называется агентом инновации. Инновация представляет собой комплекс взаимосвязанных процессов и является результатом концептуализации новой идеи, направленной на решение проблемы и далее - к практическому применению нового явления. Реализация инновационных концепций связана с использованием стандартных ресурсов, применяемых в других видах социальной деятельности людей — это ресурсы экономические: капитал (финансовые ресурсы, изъятые из текущего потребления и отведенные под будущие результаты); материальные ресурсы (сырье и оборудование); труд, управление и время. Нововведение интегрируется в систему в контексте процесса интенсификации процессов функционирования социальной системы. При идентификации инновационного процесса акцент делается на программируемом характере изменений, связанных с появлением новых товаров или услуг. Новизна измеряется не по отношению к обществу, а по отношению к исследуемой организации. В этом плане инновация - это первое, самое раннее использование идеи одной или несколькими организациями, имеющими сходные цели. Социальное изменение связано с инновационным процессом только на ранней стадии его диффузии, причем инновация может быть как причиной, так и следствием социальных изменений, а результирующее изменение привносит в систему новые идеи (не только те, в которых есть необходимость). Процесс диффузии - это феномен, который, как считает П. Блау (1964), возникает из согласия потенциальных реципиентов инновации с предлагаемыми изменениями и частично является результатом взаимодействия этих единиц. Это нечто большее, чем простая сумма положительных решений многих индивидов, и представляет собой эмерджентное свойство подсистемы релевантного социального субъекта. Он включает феномен взаимодействия сторонника (агента) и потенциального сторонника инновации. Результатом принятия и диффузии процессов является структурно-функциональное изменение релевантной социальной системы. Диффузию можно определить и как процесс распространения инноваций по каналам коммуникаций к членам социальной системы. Изменение происходит, когда процесс диффузии превращает инновацию в интегрированную часть нормативных образцов системы. Эксперты убеждены, что природа инноваций прямо связана со степенью

успешности диффузии, т.е. положительным восприятием инновации членами социальной системы [8, 14, 15].

В анализируемой исследователем социальной системе изменение можно признать состоявшимся, когда инновация распространена и принята значительным количеством релевантных субъектов-реципиентов инновации в рамках данной системы ровно настолько, насколько можно говорить о регистрации влияния рассматриваемых факторов на систему в форме интегрирования инновации в нормативные образцы системы [14].

Данный подход включает многочисленные исследования роли и действий агентов изменений - профессиональных консультантов по вопросам организационного развития [7, 20]. Эффективным агентом инновации могут выступать: 1) группа осуществления изменений (*change team*), 2) высокостатусный индивид, 3) консультант, - принадлежащие или не принадлежащие релевантной системе организационных изменений. По мнению Г. Липпита, *основные задачи* агентов изменений, практикующих интервенции, связаны с реализацией следующих действий: 1) диагностика проблемы; 2) оценка систем мотивации клиента и его способности к изменению; 3) оценка мотивации агента изменений и ресурсов; 4) отбор подходящих целей изменения; 5) выбор соответствующей роли консультанта (ассистента консультанта); 6) установление и поддержание взаимосвязей с системой клиента; 7) уточнение и ориентация фаз изменения; 8) отбор приемлемых типов поведения и особенностей планируемой к применению техники [14, 15]. В работе консультанта основное ударение должно делаться на помощи заинтересованным членам системы клиента в интеграции с процессом изменения путем обеспечения выработки и циркуляции *валидной информации* (в ситуации организационного кризиса количество каналов передачи и распределения информации резко сокращается) и создания условий для их *свободного выбора* в отношении своей организации. Значительное число моделей организационного развития (например, Р. Бекхарда, Д. Конимэна, И.О. Шилда и др.) включали стадии установления консультантом контакта с потенциальным клиентом и уточнение субъекта потребления консультационных услуг [8].

Инновационный процесс моделируется в виде некоторой последовательности явлений, формирующих *жизненный цикл инновации*. В качестве базовой можно считать модель инновации Милоу, состоящую из следующих этапов: 1) концептуализация новшества; 2) предварительное согласие с инновацией; 3) приобретение ресурсов; 4) реализация инновационной концепции; 5) институционализация результатов. Разработки и конкретизация данной модели описывают инновацию как двухэтапный процесс, состоящий из *этапа инициирования* и *этапа внедрения* инновации. Этап инициирования состоит из трех фаз: 1) заинтересованность в дополнительных знаниях; 2) формирование инновационных установок; 3) принятие решения. Этап внедрения состоит из двух фаз: 1) первичного внедрения (связана с испытанием новшества на локальном участке); 2) реализации инновации (фаза имеет циклический характер, связанный с возникновением новых явлений в процессах перцепции индивидов и различных проблем в управлении изменениями, после решения которых обратная связь корректирует ход дальнейших действий). Последняя является в предлагаемой модели наименее изученной в силу ее достаточно абстрактного определения и отсутствия единства в ее понимании.

Подстадия формирования установок к принятию инновации связана с решением вопросов *открытости* по отношению к проблемам организационного развития, что выражается в готовности членов организации рассмотреть инновацию, точно идентифицировать свои чувства по шкале "скепсис - оптимизм" и обрести уверенность в том, что инновация улучшит качество функционирования организации. Исследуя особенности фазы формирования установок и решения, специалисты по организационному развитию предлагают рассматривать организацию как систему особых фильтров. Индивид способен получать, подвергать цензуре и искажать информацию в зоне своего влияния (что соотносится с идеями Г. Уатсона (1973) о системной когеренции: очень сложно изменить одну часть системы без изменения ее остальных частей). Чем более стратифицирована структура власти и влияния в организации, тем сложнее внедрить инновационное ноу-хау "снизу". Соответственно - чем выше уровень централизации управления в организации, тем ниже инновационная активность. Восприятие потенциала инновации связано с ощущением членами организации того, что: а) в организации есть все возможности для внедрения инновации; б) организация обладает опытом успешной реализации инноваций в прошлом; в) определенная часть членов организации готова принять на себя ответственность за результаты инновационной деятельности. Здесь изучается феномен *инновационного*

диссонанса, под которым понимается столкновение установок индивида с необходимостью следовать нормам поведения, диктуемым структурами формальной власти в организации [14, 15].

Другие варианты данного подхода рассматривают инновацию как *идею, практический опыт, артефакт, который был открыт или рассматривается как новый независимо от качества его восприятия индивидами*. В данном понимании инновации акцент смещается на происходящие процессы - включая изобретение и внедрение инновации. *Любая идея, образец поведения или артефакт - объект, который является новым в силу качественных отличий от уже существующих форм, преобразует структуру организации реальности*. Мнение экспертов связано с представлением о том, что значительный круг инноваций имеет прежде всего форму идеи или же констелляции идей и по своей природе должен оставаться только ментальной конструкцией, в то время как другие виды инновации могут получить осязаемое "вещное" воплощение - в виде некой материальной структуры, определенной интеллектуальной или эстетической концепции, либо определенной формы взаимосвязи индивидов. С этим вариантом исследований связано изучение Дж. Гроссманом (1970) *инструментальных* и *принципиальных* инноваций. Принципиальные инновации представляют собой "ценность-в-себе", тогда как инструментальные инновации замышляются с целью создания условий для более легкого внедрения принципиальных инноваций. В ходе разработки и реализации программ организационного развития инструментальная инновация является частью продуманной интервенции в организацию. В этом плане решающим критерием для принятия решения о проведении преобразований является знание о том, что данные изменения в организации и среде могут повлечь за собой другие изменения [8-10, 14, 15].

В индивидуально-ориентированном подходе описывается *процесс, посредством которого некий новый социокультурный объект (новшество) становится частью набора образцов поведения индивидов и одной из составляющих их когнитивной сферы*. Данные явления исследователи (Н. Лин, Дж. Залтмен, Т. Робертсон, У. Белл, Р. Крейн, Дж.Л. Уолкер, К. Найт, Н. Гросс, Дж.Б. Джакуинта, М. Бернстайн, Р.Дж. Лэвидж, Дж.Э. Штайнер, Э.М. Роджерс, Дж. Клонглен и др.) связали с процессами интернализации [14, 15]. Инновация рассматривается как изобретательская деятельность, когда особым образом пересекаются две ранее не связанные между собой системы - индивид и инновация. Типичная модель инновационного процесса состоит из трех стадий (процесс принятия решения является здесь ключевым): I. Разработка новшества (создание концепции и документальное описание новшества); II. Принятие решения: 1) выработка альтернатив; 2) прогнозирование следствий каждой альтернативы; 3) уточнение критериев отбора альтернативы; 4) выбор альтернативы, в наибольшей степени удовлетворяющей минимальным стандартам эффективности, среди других альтернатив; III. Реализация решения (преодоление сопротивления и рутинизация нововведения). Характеристики инновации являются переменными управленческих решений - теми факторами, которыми может манипулировать организационная система управления [21, 22] и зависят от истории организации - ее успешной / неудачной деятельности в прошлом.

Основанием типологий инновационных решений часто служит *уровень вовлеченности членов организации в различные стадии инициирования процесса принятия решений*. В фазе решения оценивается информация о потенциале инновации. Решающее значение обретает качество каналов передачи информации. Выделяют: 1) административные (authority) решения (члены организации не влияют на процесс принятия решений) и 2) коллективные (партиципативные) решения (члены организации определяют процесс принятия решений). Административное решение принимается индивидом/небольшой группой индивидов (доминантной коалицией), коллективное решение - всеми/ большинством членов организации-реципиента изменений. Стимулом к инновации может служить реакция агента принятия решения на свое актуально или потенциально неудовлетворительное состояние. Считается, что решения первого типа эффективнее, поскольку сокращают масштабы сопротивления изменениям, и увеличивается поток новых предложений об улучшении качества нововведений (Л. Коч и Дж. Р.П. Френч, Джей Ар, 1948; А. Мэрроу, Д. Бауэрс и С. Сишор, 1967; Г. Уатсон, 1971). В этом случае значительно возрастает способность организации в области сбора и обработки валидной информации. Партиципативный тип принятия решений обеспечивает реализацию инновации, если члены организации чувствуют, что будут вознаграждены за свои усилия. Коллективным считают

такое решение, когда индивиды социальной системы-реципиента изменений принимают или отвергают инновацию через консенсус и где все должны согласиться с решением системы - во имя стабильности группы. Решение в группе принимается по правилам большинства. Меньшинство, чувствуя обиду от проигрыша, переходит в оппозицию [8-10, 14, 15, 20].

Состояние агента принятия решения Марч и Саймон классифицируют следующим образом: 1) *уверенность* (функция обладания полной информацией о следствиях принятия решения); 2) *риск* (функция обладания информацией о вероятном распределении последствий выбора той или иной альтернативы); 3) *неопределенность* (функция невозможности определения вероятности наступления того или иного следствия решения или сложность в установлении приблизительной вероятности). Исследователи отмечают, что инновация - это процесс превращения неопределенности в риск. *Риск* и *неопределенность* являются функцией восприятия индивидом инновации в контексте сложившейся социальной ситуации. Выделяют два типа рисков: а) политические (функция действия факторов институционального уровня макросистемы и прогнозируемого субъектом состояния релевантной социальной системы в долгосрочной перспективе); б) ситуативные (связанные с действием случайных факторов, большинство которых не поддается контролю). Действие факторов динамической окружающей среды, конституирующих феномены риска и неопределенности, заметным образом может влиять на процесс диффузии инновации и его конечные результаты. В связи с этим исследователи настаивают на том, что вопрос - в совершенствовании методов определения результатов инновационных процессов. Самой высокой степенью риска характеризуются нововведения, связанные с новыми областями знаний. Неопределенность может быть онтологической ("в чем новизна данного объекта?"), технической ("можно ли это произвести?") и маркетинговой ("можно ли будет продать это новшество?") Неопределенность порождает борьбу интересов социальных групп, а любой процесс социальных изменений - явление политическое [7, 14, 23]. Вот почему фаза инициирования социальных изменений и инновационного процесса часто связана с феноменами *социального конфликта* и *коллективного торга* [23].

В данном контексте чрезвычайно существенной представляется характеристика *радикальности* - *рутинности* инновации: чем больше риска и новизны несут предлагаемые преобразования, тем выше степень их радикальности. Эмпирические ситуации содержат как радикальные, так и рутинные элементы. Радикальность может быть выражена в терминах существующих альтернатив: чем больше инновация отличается от существующих альтернатив, тем выше уровень ее радикальности. Рутинная ситуация подразумевает, что организация уже имеет опыт внедрения новшеств определенного типа, тогда как радикальная соотносится с явлениями, не имевшими никаких прецедентов. Особенности принимаемых в этих ситуациях решений также различны. Радикальность решения может быть определена как то, насколько внедряемая инновация включает изменения в различных подсистемах организации или в образцах поведения ее членов. Радикальные решения препятствуют сохранению статус-кво в организации и включают изменения в широком круге подсистем. Инновационное решение может вызывать организационные дисфункции, которые влекут за собой ситуации, требующие новых радикальных решений. Дисфункции происходят тем чаще, чем радикальнее решения, вызывающие изменения. Согласие с радикальной инновацией предопределяется политической системой организации, обеспечивающей легитимность преобразований. *Радикальность исполнения* является функцией сопоставления отношения количества изменений к объему и качеству получаемых при использовании рассматриваемой инновации итоговых результатов с возможными показателями существующих альтернатив. *Структурная радикальность* представляет собой такое качество воздействия уникальных свойств инновации на систему реципиента, при которой происходят значительные преобразования в базовых элементах и связях последней - подсистемах компенсации, коммуникации и власти [14, 15].

При анализе типов инновации часто используются понятия "*вариации*" и "*реориентации*". Новый товар или услуга - это вариация, поскольку их элементы, как правило, подобны ранее существовавшим товарам или услугам организации, хотя в них есть улучшения и модификации (это результат преемственности технологических и культурных аспектов организации в темпоральном измерении). Реориентация включает фундаментальные изменения, в рамках которых какой-либо товарно-технологический комплекс может быть полностью элиминирован. Только реориентация может иметь значительное влияние на установленные образцы поведения. Реориентация бывает трех видов: 1) *систематическая*; 2) *идиосинкратическая*; 3) *маргинальная*. Первый вид представляет собой легитимную

часть процесса организационного развития и является фазой долгосрочной ориентации на изменения. Второй не является результатом постоянно происходящего комплекса событий - это ответная реакция одного из обладателей власти, который способен инициировать изменения при отсутствии согласия в организации. Маргинальная реориентация состоит из относительно небольших проектов, касающихся сторонних областей знания/ компетенции в организации и незначительно изменяющих цели и структуру организации; их проще легитимировать. Серия маргинальных реориентаций приводит к кумулятивным изменениям и значительному преобразованию систем (эмерджентной революции в морфологии организации) [14, 15].

Основной особенностью моделей этих исследователей является то, что они описывают инновацию через призму процессов восприятия индивида. К интеграции с нововведением индивид приходит через состояния заинтересованности, обретения отсутствующих знаний о новом объекте, уточнение критериев удовлетворенности от взаимосвязи с объектом, предпочтения и убежденности. Незаинтересованность индивида сменяется заинтересованностью, пониманием, убежденностью, преобразующейся в социальное действие. Масса моделей содержит особую фазу оценки, испытания новшества, предшествующую фазе активной реакции субъекта. Оригинальное дополнение типичных моделей содержится в схеме Т. Робертсона, совмещающей модели Роджерса и Колли и включающей в полученную структуру блоки установки и легитимации между фазами понимания и оценки. Последней является стадия диссонанса. При этом чрезвычайно существенной представляется фиксация принципа цикличности данного процесса, отражающаяся в существовании обратных связей между каждой из перечисленных категорий и комплексом остальных категорий. Модель Клонглена и Коварда не предусматривает цикличности, но в качестве двух дополнительных фаз в нее включены два промежуточных испытания новшества (после получения информации о нем и после фазы так называемого символического согласия - когда индивид воспринимает прогнозируемую им ситуацию использования новшества как положительную), на которых инновационный процесс может завершиться. Недостатком представляется неразработанность проблемы стадии инициирования. Что же первично на стадии инициирования - знание потребности или знание инновации - остается неясно [14, 15].

Важнейшая характеристика инновации заключается в том, что она не является по отношению к социальному субъекту неким внешним объектом, а представляет собой восприятие индивида или социальной системы, устанавливающих наличие новизны. Практика может быть инновационной не для всех индивидов и социальных систем [20].

Организационное восприятие соотносится с явлением символической адаптации и представляет собой функцию перцептивных процессов индивидов и одновременно функцию восприятия других релевантных организаций. Символическая адаптация связана с ситуацией, когда одна организация (реципиент изменений) идентифицирует себя с другой организацией, подвергшейся подобным изменениям. Перцепция зависит от физического состояния индивидов, контекста сложившейся ситуации, в которой находится организация.

Восприятие новизны как таковой носит исключительно субъективный характер и не зависит от того, существовал ли рассматриваемый объект как новый ранее или нет: индивид воспринимает его как новый. Социальный субъект становится сторонником инновации, когда может адекватно оценить состояние окружающей среды и спрогнозировать свое состояние в контексте инновационного процесса в терминах приобретения - потери социальных преимуществ. Этот феномен получил название *инновационного восприятия*. Инновационное восприятие может развиваться у индивида в процессе приобретения им новых знаний и пересмотра своих ценностей, установок, ожиданий. *Инновационную возможность* можно определить как особое представление субъекта, связанное с переживанием благоприятно складывающейся для него ситуации и субъективной оценкой вероятности изменения своих социальных параметров в лучшую сторону. Благоприятные инновационные возможности формируются в контексте анализа конкретной социальной ситуации, которая не поддается четкому прогнозированию [8, 14, 20].

С точки зрения социальной структуры, преобразование инновационной возможности в социальное действие связано с явлениями социальной мобильности - с реализацией актуальной или потенциальной способности агента инновации занять новую нишу в социальной иерархии благодаря появлению особой, стимулирующей активности, ситуации. Следствием инновации может стать как появление ряда новых, так и эрозия ряда ранее существовавших статусных позиций социальной структуры.

Перцепция является ключевым процессом, определяющим интерпретацию инновации.

Перцепция выступает в качестве посредника в связях агента изменений и потенциального реципиента. Агент описывает реципиенту инновацию как комплекс особых признаков объекта, воспринимаемых в качестве нового. Реципиент принимает информацию в виде абстрактной концепции. Через процесс декодирования осуществляется содержательная интерпретация нововведения. Результаты интерпретации могут соответствовать или не соответствовать значению информации, переданной агентом изменения. С перцептивными процессами тесно связана *сочетаемость (совместимость)* инновации, описывающая вероятность дополнения, усложнения или замещения уже существующего объекта новыми структурами. *Символическая совместимость* описывает то, что видит в инновации ее потенциальный пользователь. *Функциональная совместимость* описывает требования, предъявляемые потенциальному пользователю инновации для эффективного ее потребления. Чем сложнее операционный аспект инновации, тем медленнее будет осуществляться ее внедрение. *Комплексность инновации* заключается в том, что она может содержать сложные идеи, или же ее реализация может быть сложной [14, 15].

В зависимости от результатов интерпретации может возникнуть *побуждение к инновации* - процесс, происходящий в социальном субъекте под воздействием особого комплекса потребностей. Тогда инновация может рассматриваться как социальное действие, представляя собой результат интеграции данных потребностей с определенным стимулом. Побуждение к инновации активизирует созидательные когнитивные процессы (поскольку механизм мышления основывается на новых данных), в рамках которых впервые взаимодействуют атрибуты инновации и определенные характеристики социального субъекта - потенциального реципиента инновации (размер, социальная структура и проч.). Исследователи социальных нововведений акцентируют внимание на том, что инновация включает *процесс эмпатии* или *идентификации*. Здесь индивид представляет себя в качестве потребителя инновации - им моделируется ситуация, в которой он принимает инновацию и обретает некоторый опыт. От природы инновации зависит характер убежденности. Если в результате инновационного процесса индивид решает установить определенную связь с инновацией на более-менее постоянной основе - инновация будет одобрена [12, 16, 17].

Плодотворность процесса принятия решения часто обусловлена наличием обдуманных планов и стратегий, вырабатываемых другими агентами изменений, определяется личностью, ее созидательными способностями и базовыми потребностями. Конкретизация этих положений позволяет сделать вывод о том, что **инновация - это любая декларированная идея или система идей о том, как должно быть изменено поведение индивидов с тем, чтобы решить существующие в организации проблемы или улучшить качество ее функционирования.** По мнению специалистов, цель нововведения заключается в стремлении к овладению механизмами соединения трудовой деятельности индивида с требованиями новых организационных технологий.

При определении инновации учитываются образцы потребительского поведения. Этот подход лежит в основе типологии, в соответствии с которой существуют: 1) *вялотекущая (continuous) инновация* (имеет минимальное воздействие на образцы поведения); 2) *динамично развивающаяся инновация* (новые и традиционные формы поведения содержатся в личностной структуре индивидов в равной мере); 3) *скоротечная инновация* (быстро утверждает новые образцы поведения). Потребительская ценность инновации заключается в том, что она формирует значительный объем ранее несуществовавших объектов и действий (или *критических атрибутов*, расширяющих альтернативное поведение индивидов), что характеризуется понятием *ожидаемого относительного преимущества* инновации. Быстрее всего внедряются инновации, обладающие значительным количеством наглядных преимуществ. Преимущества новшества показываются потенциальным потребителям в ходе его демонстрации. Выделяют два типа демонстрации: *демонстрация использования (методическая демонстрация)* - показ процесса эксплуатации инновации и *демонстрация результата* - показ благ, приобретенных в результате использования инновации [14, 15].

У нововведений есть определенные источники, принципы успешной реализации и методы оценки эффективности. Выделяют *семь основных источников инновационных идей* (проранжированы П. Дракером в порядке убывания по критериям надежности и предсказуемости): 1) *неожиданное событие* (инновации, являющиеся следствием неожиданных

событий, наименее рискованны и требуют наименьших усилий. Неожиданная удача недооценивается по причине несовершенства отчетно-информационной системы и ограниченности кругозора руководителей организаций). 2) *неконгруэнтность* (несоответствие между имеющейся реальностью и нашими представлениями о ней (о том, какой Она должна быть), 3) *потребность процесса* (наличие у него слабостей и недостатков), 4) *внезапные изменения в структуре отрасли или рынка*, 5) *демографические изменения*, 6) *изменения в восприятиях, настроениях и ценностных установках*. 7) *новые знания*. Предложенная классификация источников инновации должна стать основой целенаправленной деятельности предпринимателей, хотя границы между этими источниками инновационных идей размыты и пересекаются [16, 17].

Неожиданные - как благоприятные, так и неблагоприятные - события должны отслеживаться и анализироваться в информационной системе организации. Эффективность внедрения такой инновации связана со всесторонней экспертной и управленческой поддержкой и зависит от следующих факторов: 1) тщательного анализа ситуации; 2) наличия политической поддержки; 3) наличия значительных материальных и аналитико-информационных ресурсов. Другим критерием оценки качества нововведения является социальная ценность инновации, заключающаяся в создании новых рабочих мест и росте производственных мощностей. Важным критерием оценки нововведения является его экономическая, потребительская ценность, успех на рынке - наличие определенного устойчивого круга потребителей инновации, а не научное его наполнение и не оригинальность решения. Эффективность инновационного процесса обеспечивается надежностью "стыков" ее стадий, скоростью перехода от любой предыдущей к любой последующей стадии, что обеспечивается созданием проектных групп. Большое внимание придается проблемам *стоимости, отдачи инвестиций и производительности инновации*, ибо стержневым в понимании инновации является рост результатов по отношению к затратам, исчисляемый в денежной форме. Выделяют два типа издержек: 1) финансовые; 2) социальные. *Финансовые издержки* - это общая сумма денежных средств, затрачиваемых на разработку, внедрение и рутинизацию инновации. Чем дороже инновация, тем выше ее ожидаемое качество. *Социальные издержки* представляют собой совокупность статусных позиций, которые в рамках релевантной социальной системы прекратят существование в результате роста эффективности функционирования системы. Осознание социальных издержек влечет за собою реакцию сопротивления, отторжения инновации индивидом (группой), подвергаемых риску потенциальной утраты социального статуса, владельцем которой он является. С другой стороны, под социальными издержками может пониматься социально-психологический ущерб, который наносится агенту изменений со стороны определенной части элементов социальной системы-реципиента инновации с целью дискредитации последней. Такие издержки могут выражаться в виде определенных социальных действий - насмешек, остракизма, физического насилия над агентом изменения в рамках релевантной системы. По мнению Ф.К. Флигеля и его коллег (1968), социальные издержки - важный фактор в инновациях, реализуемых и развивающихся странах. Социальный статус в группе определяет уровень издержек и уровень их компенсации индивиду. В зависимости от статуса агента инновации определяется уровень социального кредита/ доверия, оказываемого ему со стороны других членов группы [15].

Отдача инвестиций рассматривается как возможность отсрочки возвращения финансовых (прежде всего) и иных материальных ресурсов. Отсрочка возвращения зависит от типа культуры, в которой происходит инновационный процесс, а в контексте культуры - от класса (социальной страты), образования, уровня дохода, мотивации на достижения и степени космополитизма индивидов, вовлеченных в инновационный процесс [12]. Чем современнее общество по критерию технологического потенциала, тем дольше может ожидаться возврат ресурсов. Противниками изменений с большей степенью вероятности могут быть индивиды, обладающие низкими социальными статусами - в силу невозможности получить немедленную отдачу от участия в процессе [15].

Несоответствие качества процесса предъявляемым к нему требованиям называется *несовершенством процесса*. Термин ввел Э. Дауне в 1966 г. С установления этого факта начинается поиск альтернатив действия. Критерием оценки качества процесса служит экономическая эффективность, выражающаяся в успехе на рынке - удовлетворенности потребителей. Несоответствие процесса порождается: 1) неверными ожиданиями агента принятия решения; 2) появлением иных критериев удовлетворенности. 3) технологическими изменениями; 4) изменениями в распределении власти между индивидами и группами;

5) изменениями рыночной конъюнктуры; 6) изменениями технологии в макросреде; 7) изменениями статуса организации в иерархии власти в контексте окружающей среды [16].

Социальное изменение создает ситуацию несовершенства (отставания) процесса деятельности, который является противоречием между тем, что организация могла бы делать благодаря целевой возможности, создаваемой средой, и тем, что она актуально осуществляет в терминах использования этой возможности. Несовершенство процесса может быть вызвано действием исключительно социальных факторов, например, уходом из организации ключевого эксперта. Несовершенство процесса деятельности способствует созданию новых инновационных возможностей. Именно этот факт служит основанием для интеграции частных теорий индустриальной социологии, объясняющих процессы управления организацией, с современными концепциями маркетинга и организации проектных работ. При поиске средств ликвидации несовершенства процесса, значительная нагрузка на агента инновации приходится на этапе принятия решения. Последний принимается как рациональный человеческий процесс, включающий и индивидуальные, и социальные феномены, основанный на фактуальных и ценностных принципах, который включает выбор образца поведения из ряда альтернативных образцов с целью достижения желательного состояния связей субъекта [7]. Инновационное решение, основанное на несоответствиях, должно поддаваться четкому определению и вписываться в уже существующую технологию и ресурсы. Осознать несоответствие в состоянии субъект, связанный с данным типом деятельности. Несоответствия формы и содержания процесса не возникают вместе с каким-либо событием в окружающей среде, хотя все-таки именно внешнее событие чаще всего помогает осознать потребность процесса. Для успешного претворения в жизнь инновационных решений, основанных на потребности процесса, требуется наличие пяти основных критериев: 1) автономности процесса; 2) одного "слабого" или "отсутствующего" звена; 3) четкого определения цели; 4) конкретизации решения; 5) высокого уровня восприимчивости или же широкого понимания пользы предложенной инновации. Результативная инновационная политика (при наличии вышеуказанных критериев) связана с последовательной реализацией алгоритма, состоящего из следующих действий: 1) анализа возможностей; 2) накопления специализированной информации; 3) разработки простого и функционального изобретения; 4) углубления специализации нововведения, выражающегося в стремлении удовлетворить потребности специфического рыночного сегмента. Особенности феномена потребности процесса блестяще описаны в работах П. Дракера [16, 17].

Изменения в отраслевой структуре также являются источником инноваций. С точки зрения отраслевой структуры экономики, необходимость в осуществлении постоянных изменений связана с потребностью стать лидером или же сохранить достигнутый субъектом успех на том или ином рынке. Показателями приближающихся изменений могут быть: 1) быстрый рост отрасли; 2) консервация представлений имеющихся лидеров о рынке; 3) сближение технологий конкурентов [11, 12, 16, 17].

Влияющим на формирование инноваций фактором выступают демографические изменения. Анализ демографических изменений начинается с оценки данных о составе населения. Важнейшими аспектами демографических явлений представляются половозрастное распределение и профессиональная сегментация.

Основная проблема управления преобразованиями, чрезвычайно сильно взаимосвязанная с факторами организационной культуры, заключается в возникновении **феномена сопротивления изменениям**, агентом которого становится определенная социальная группа (ведь принятие инновации - результат группового решения, т.е. функция коллективного действия, выражающаяся в формировании группового консенсуса в отношении предлагаемого новшества). Причины неприятия изменений кроются в сфере сознания индивидов, вовлеченных в процесс изменений, а состояние сознания и, следовательно, решение о качестве предпринимаемых субъектом действий, является функцией объективного положения индивида в организации. Сопротивление изменениям может быть результатом как влияния ситуативных установок, так и действия культурных, социальных и коммуникационных переменных [7-10, 14, 15, 18-20, 24].

Под сопротивлением изменениям понимается любое поведение члена организации, направленное на срыв и дискредитацию осуществляемых преобразований. Нововведение дифференцирует структуру реципиента изменений и формирует две подсистемы - потенциального сторонника и агента сопротивления новшеству. Данный феномен является

прямым следствием фактора неопределенности, заключающегося в новшестве и воспринимаемого определенной частью индивидов как угрозу их стабильному положению в рамках существующей социальной системы. В качестве источника сопротивления часто выступают иллюзии индивида относительно собственной важности, а сопротивление нововведениям обратно пропорционально желанию индивида приобрести новый опыт и получить новое вознаграждение [14].

В этом плане чрезвычайно велика методологическая ценность исследований, инициированных К. Левиним. Характерным результатом стало появление понятия о силовом поле, складывающемся в организационной динамике в период интенсивных структурных преобразований. Структурное преобразование, цель которого - повышение эффективности функционирования системы, понимается как *эволюционный* процесс, состоящий из трех основных стадий: 1) "*размораживания*" (институционализация сомнения в эффективности существующих культурных стереотипов); 2) *изменения* (овладение новой информацией, знаниями); 3) "*замораживания*" (интеграция знаний в образец деятельности, рутинизация навыков, переход на более эффективный уровень функционирования системы). Организация представлена здесь в виде некоего социального пространства, состояние которого в темпоральной перспективе зависит от баланса сил, ограничивающих и поддерживающих векторы возникающих изменений. Для организационной структуры свойственны как фазы преобразований, так и фазы относительного равновесия взаимодействующих сил. Причины равновесия кроются в *инерции* индивидов и составляемых ими социальных систем. Структурное преобразование обеспечивается последовательностью действий системы управления: 1) формированием новых сил, поддерживающих изменения; 2) постепенной трансформацией ограничивающих сил; 3) усилением мощности поддерживающих сил; 4) снижением мощности ограничивающих сил; 5) окончательным преобразованием ограничивающих сил в силы поддержки изменений. Подчеркиваются социокультурные аспекты данных процессов: агент изменений обеспечивает инновационный процесс *постепенными* нововведениями в области *культурных норм* - ценностей, принципов, ожиданий и установок, разделяемых членами организации [7, 9, 10].

По мнению исследователей, структура процесса принятия решения содержит потенциальную возможность сопротивления изменениям, на организационном уровне является функцией индивидуальных процессов принятия решения. Процесс начинается с восприятия индивидом нужды, потребности и инновации. В данном случае временные аспекты процесса не имеют значения. В целом исследование этих процессов достаточно проблематично, поскольку на их результатах постоянно сказываются установки исследователей, детерминирующие ответы респондентов [15].

Прохождение реципиентом различных фаз адаптации меняет установки и поведение. Индивиды согласны с инновацией, когда: 1) ситуация релевантна их опыту (биографии); 2) они компетентны; 3) они обладают властью для реализации инновации. Сторонники, появившиеся на самых ранних этапах жизненного цикла нововведения, как правило, знакомы с предметом инновационного процесса.

С точки зрения мотивационных аспектов, любая удобная форма поведения (привычка) и поведение, эффективно решающее данную проблему с первого раза, выступают в качестве фактора, формирующего сопротивление изменениям. Действующие установки сами по себе являются фактором сопротивления, который определяет консервативный характер поведения. На стадии установок включаются три компонента - когнитивный, аффективный и поведенческий. Убеждения развиваются у индивида в результате получения информации в процессе социальных интеракций, чтения рекламных материалов, аналитических обзоров и т.д. Такие убеждения называются периферийными (вторичными). Они могут измениться, если подкрепляющий их авторитет изменяет свою статусно-ролевую позицию. Аффективный компонент на этой стадии выражен незначительно и четко проявляется на стадии активных действий (поведения).

Стадия *легитимации* - это период, когда индивид ищет поддержку действию, на которое решается. Приемлемость действия, имеющая первичное значение, достигается наблюдением за поведением других людей и поиском одобрения со стороны своей референтной группы. Важная составляющая процесса обретения легитимности - интеракция, недостаточность которой служит источником сопротивления. Последнее тесно связано с феноменом зависимости, когда индивид не может обойтись без поддержки других людей - как это было в детстве в его отношениях с родителями [14, 15].

Природа инновации и ситуация могут не позволять индивиду испытать инновацию в

буквальном смысле слова - тогда мы сталкиваемся с явлением *заменяющей инновации*. Инновационный опыт индивида, не доверяющего своим способностям, имманентно содержит в себе отрицание нововведения [8, 14].

На стадии оценки определяются все "за" и "против" участия/отказа от участия в инновационном процессе. Ярko выраженный эмоциональный компонент состояния индивида воздействует на окончательное оформление ценностных ориентаций по отношению к инновации.

Выработка решения - последняя стадия процесса. Здесь велика вероятность возникновения *диссонанса*, являющегося следствием ситуации, когда индивид вынужден выбирать из нескольких привлекательных возможностей. Гомеостазис, как желание сохранить имеющееся состояние, может служить источником сопротивления нововведению [15].

В контексте исследования феномена социального изменения главная цель менеджмента при осуществлении изменений видится в установлении и обеспечении группового равновесия и поддержке адаптации индивидов, условия которой диктовались процессом преобразований. Сохранение группового равновесия представлялось им как необходимое условие эффективного внедрения нововведений. *Равновесием (гомеостазисом)* называется такая характеристика организации, которая описывает способность организации восстанавливать и поддерживать баланс интересов индивидов, предохранять его от значительных нарушений. У каждого индивида существует определенный уровень толерантности к происходящим изменениям в силу особенных физиологических, психических и социальных издержек адаптации индивида. Превышение определенного "лимита" издержек грозит индивиду жестокими стрессами и перегрузками, а организации - потенциальным провалом инновационного процесса. Рост масштабов инновации влечет рост издержек ее реализации, а скорость появления результатов изменений обратно пропорциональна их масштабу [20].

Специалисты выделяют три типа сопротивления индивида изменениям: 1) логическое (рациональное); 2) психологическое (эмоциональное - установки, аттитюды); 3) социальное (обусловленное воздействием группы на индивида) [14, 15].

В фазе внедрения проигрывающая сторона может как рассматривать, так и не рассматривать поставленный вопрос в одинаковой степени вероятности. Если проблема не рассматривается, то меньшинство I) оказывает сопротивление нововведениям (его поведение влияет на эффективность и результативность внедрения); 2) требует пересмотра фазы инициирования процесса организационного развития. Явление первого типа свойственно авторитарному стилю принятия решений, второго - коллективному [15].

Дестабилизация организационной системы на стадии инициирования инновации вызвана поступлением в организацию новой информации, новых знаний - в связи с использованием при передаче информации непривычной лексики (явление коммуникационной дифференциации или барьера схемы кодификации исследовалось Ф.Дж. Ротлибергером, К.Р. Роджерсом [19, 24], К.Ч. Дойчем (1969), К. Янгом (1972) [14, 15]). Сопротивление поступлению новой информации может быть вызвано статусными различиями потенциальных донора и реципиента. Чем выше статус потенциальной организации-донора, тем менее вероятно, что будет происходить передача информации. Кроме того, должна ощущаться экономическая способность внедрения инновации. Часто в исследованиях отслеживается зависимость образования дефектов передачи информации от слабости каналов коммуникации [8].

Инновация может не приниматься по причине потенциального влияния на существующие социальные связи в организации, так как угрожает иерархии власти и престижа, сложившимся на основе установленной технологии, точнее - предлагаемой ею системе контроля. Новаторы представляют для определенных социальных кругов организации *личную угрозу*. Причина сопротивления может заключаться и в том, что называется *local pride*. Организация уникальна, а грядущие изменения могут лишить ее этой уникальности [8,15].

Фактором сопротивления инновации является применяемая в организации система ведения хозяйственной деятельности (технология), особенно если она приносит определенные положительные результаты: по-настоящему сложной преградой на пути внедрения инновационных решений является благополучное текущее функционирование организации - в том, что оно "здорово", а не в том, что оно разъедается бюрократизмом, волокитой и самодовольством [16].

Препятствие кроется и в разделении труда и связанной с ним ролевой структурой организации. Велика вероятность возникновения конкуренции между подразделениями. Речь в данном случае будет идти о процессе перераспределения ограниченных ресурсов. Качество связей между подразделениями ухудшается и чаще всего перерастает в конфликт [13, 23]. Фундаментальной проблемой межгрупповой конкуренции является конфликт целей и нарушения (дефекты) коммуникации между ними [19, 24].

ЛИТЕРАТУРА

1. Дудченко В.С., Макаревич В.Н. Игровые методы в прикладной социологии // Социология труда / Под ред. Н.И. Дряхлова, А.И. Кравченко, В.В. Щербины. М.: Изд-во МГУ, 1993. С. 272-284.
2. Котляревский Ю.Л. Игротехническая культура: эффект шагреновой кожи // Социол. исслед. 1993. № 7. С. 95-102.
3. Макаревич В.Н. Групповая работа как метод конструктивной социологии // Социол. исслед. 1993. № 7. С. 89-94.
4. Макаревич В.Н. Игропрактики, методологи: "незримое сообщество" выходит из подполья // Социол. исслед. 1992. № 7. С. 50-56.
5. Пригожин А.И. Организации: системы и люди. Эффективность трудовых организаций в социалистическом обществе. М.: Политиздат. 1983.
6. Пригожин А.И. Нововведения: стимулы и препятствия (Социальные проблемы инноватики). М.: Политиздат, 1989.
7. Управленческое консультирование. В 2-х т. Т. 1 / Пер. с англ. М.: СП "Интерэксперт". 1992.
8. Argyris C. Management and organizational development. The path from XA to YB. New York e.a.. 1971. XV. (McGraw-Hill ser. in management).
9. Reach Dale S. Personell: The Management of People at ork. New York, 1985.
10. Davis K., Newstrom J.W. Human Behavior at Work: Organizational Behavior. New York: McGraw-Hill, 1989.
11. Drucker P.F. The Effective. New York: Harper & Row, 1967.
12. Drucker P.F. The New Productivity Challenge // Harvard Business Review. 1991. V. 69. № 6. P. 69-79.
13. Kasarda J.D., Bidweil C.E. A Human Ecological Theory of Organizational Structuring // Sociological Human Ecology: Contemporary Issues and Applications / M. Micklin, H.M. Choldin (eds.) Boulder (Colo); London: Westview Press, 1984. № XIV.
14. Zaltman G. Processes and Phenomena of Social Change. New York. 1973.
15. Zaltman C. Duncan R., Holbek J. Innovations & Organizations. New York: John Wiley & Sons. 1973.
16. Дракер П.Ф. Как выйти в лидеры. Практика и принципы. М.: Бук Чембэр Интернэшнл, 1992.
17. Дракер П.Ф. Новые реальности. В правительстве и политике. В экономике и бизнесе. В обществе и мировоззрении. М.: Бук Чембэр Интернэшнл, 1994.
18. Мексон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента / Пер. с англ. М.: Дело, 1992.
19. Rogers C.R., Roetlisberger F.J. Barries & Gateways to Communication // Harvard Business Review. V. 69 (Nov.-Dec). 1991. P. 105-111.
20. Wexley K.N., Latham G.P. Developing & Training Human Resources in Organizations. London. 1981.
21. Куц Г., О'Доннелл С. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций. В 2-х т. М.: Прогресс, 1981.
22. Щербина В.В. Что такое организационная экология // Социол. исслед. 1993. № 2. С. 99-107.
23. Шаленко В.Н. Конфликты в трудовых коллективах: Спецкурс. М.: Изд-во МГУ. 1992.
24. Роджерс К., Агарвала-Роджерс Р. Коммуникации в организациях / Пер. с англ. М.: Экономика, 1980.