



УДК 159.9
ББК 88.4

ИННОВАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ. ВОЗМОЖНОСТИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

Д.А. Зуев

В статье рассмотрены возможности инновационной деятельности в социально-психологической отрасли знания и ее прикладного внедрения в рамках коммерческого использования. Также с использованием примеров описаны направления исследовательской деятельности и их востребованность в современном обществе. Кроме того, дан взгляд на поставленный вопрос с экономической и социально-политической точек зрения.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, эксперимент, экспериментальная психология, прикладное социально-психологическое исследование, коммерциализация, менеджмент, маркетинг.

Развитие науки, технологий и общества предполагает создание разного рода новшеств. Но само по себе слово «новшество», или инновация, означает не только изобретение чего-то нового, но также его внедрение и использование. Термин «инновация», если переводить дословно с латинского *innovatio*, означает «в направлении изменений». «Инновация является конечным результатом интеллектуальной деятельности человека, его фантазии, творческого процесса, открытий, изобретений и рационализации. Она характеризуется введением на рынок продукции (товаров и услуг) с новыми потребительскими свойствами или качественным повышением эффективности производственных систем» [2].

Инновационные тенденции в современном обществе имеют особую значимость не только со стороны технической или технологической, но и как социальное явление. А.И. Орлов относительно значимости инноваций отмечает, что «в самом общем плане этот термин можно понимать как особую культурную ценность (материальную или нематериальную), которая в данное время и в данном месте воспринимается людьми как новая» (см.: [10]). Внедряя новшество в науку и общество, мы совершаем также вклад в общечеловеческую культуру и мировой прогресс. Исходя из этого утверждения, следует полагать, что инновационная деятельность является мультидисциплинарной, предполагающей использование ее достижений во всех сферах научно-практической деятельности.

Сама по себе инновационная деятельность предполагает «целый комплекс научных, технических, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприя-

тий, которые в своей совокупности приводят к инновациям» [3]. Более широко – это «деятельность, направленная на использование и коммерциализацию результатов научных исследований и разработок» [там же]. С позиций социальной психологии, подход к инновационной деятельности имеет широкие возможности и все необходимые ресурсы, пожалуй, кроме общественной заинтересованности во внедрении и использовании социально-психологических знаний.

В настоящей статье мы поставили цель рассмотреть инновационные возможности социальной психологии в следующих аспектах: теоретическом, практическом и коммерческом.

Теоретический аспект инновационной деятельности в психологии распространяется на область прикладных социально-психологических исследований. Основное достоинство этих исследований заключается в их экспериментальном характере и направленности на обеспечение благополучного взаимодействия человека с обществом. Можно привести очень много примеров социально-психологических исследований, внесших огромный вклад не только в психологическую науку, но и в экономические и социальные сферы жизнедеятельности общества.

Один из них – «хоторнский эксперимент» Э. Мэйо (см.: [9]), основным выводом которого стал факт того, что присутствие психолога на предприятии повышает производительность труда работников. Кроме того, этот эксперимент открыл целое направление социально-психологических исследований малых групп. И более того, его результаты используются в других научных направлениях, таких как менеджмент и маркетинг. В любом учебнике по менеджменту вы обязательно найдете описание этого эксперимента.

Другой пример – «стэнфордский тюремный эксперимент» Ф. Зимбардо [6], открывший такое понятие, как «социальные роли». Использование этого понятия очень распространено не только в психологии, поскольку предполагает поведение человека в обществе. Более того, с опорой на опыт современных методики и практики высшего образования результаты этих исследований внедряются также в менеджменте, юриспруденции и позволяют каждому че-

ловеку сохранять позитивное психологическое состояние в различных ситуациях. Отдельно стоит отметить именно юриспруденцию, где, например, использование судьей мантии – не просто традиция, а именно вхождение им в «роль». Как человек, судья, конечно же, имеет собственную, субъективную позицию относительно того или иного преступления, однако входя в роль, облачившись в мантию, он становится объективным и беспристрастным, стоящим строго на стороне закона, а не какой-то отдельной персоны.

Подытоживая вышесказанное, стоит отметить, что психологическая наука на теоретическом и методологическом уровнях обладает значительными возможностями создания инновационных психологических подходов и методов, способствующих улучшению качества жизни человека и общества. К примеру, за последние 3 года на кафедре психологии Волгоградского государственного университета в качестве выпускных квалификационных работ были проведены исследования на темы: «Самопрезентация как фактор успешной адаптации в трудовом коллективе»; «Особенности психологического воздействия СМИ на аудиторию (на примере использования экономико-политических текстов)»; «Влияние социально-психологического климата трудового коллектива на эффективность его деятельности»; «Психологическая подготовка школьников к ЕГЭ»; «Роль профессионально-важных качеств в психологическом подборе менеджеров»; «Влияние личностных качеств руководителя на эффективность управления коллективом»; «Особенности профессиональной деформации личности сотрудников МЧС»; «Социально-психологическая специфика нематериальной мотивации персонала»; «Взаимосвязь ценностных ориентаций и стратегий поведения в конфликтной ситуации сотрудников МВД»; «Социально-психологические факторы, влияющие на удовлетворенность трудом банковских служащих». И это далеко не полный список исследований, не только являющихся достойным вкладом в психологическую науку, но и с успехом внедренных в собственную практическую деятельность их авторами.

Кроме того, упоминание этих исследовательских работ в очередной раз указывает

на полезную составляющую внедрения психологии в непосредственную деятельность организаций практически любых сфер жизни общества.

Если говорить о практическом аспекте инновационной деятельности социальной психологии, то следует еще раз обратиться к вышесказанному относительно прикладного характера социально-психологических исследований. Если очень кратко, то проведение таких исследований уже предполагает, во-первых, их включенность в социальную реальность, представляемую различными сферами жизнедеятельности социума, а во-вторых, возможность их распространения в территориальном и временном аспектах. Другими словами, распространение на большие территории за короткое время.

Здесь же надо еще отметить собственно цель, которую преследует психологическая теория и практика, заключающаяся не просто в психологической помощи отдельному человеку, но также в повышении психологической грамотности людей в целом. Что такое психологическая грамотность? По сути, она представляет собой способность, умение и навыки грамотно общаться, строить отношения, влиять и противостоять влиянию [5; 8; 11]. Для того чтобы считаться психологически грамотным и культурным, человеку просто необходимо обладать такими навыками, как грамотное установление контакта, грамотное возражение, грамотная критика, грамотное выступление, грамотное обращение. Несложно понять, что инновационная социально-психологическая работа в этом направлении довольно значима для трудовых и общественных, социально значимых коллективов, их корпоративной культуры и видения «человека в человеке». Иначе говоря, способствует установлению взаимовыгодных отношений в любой команде для продуктивного взаимодействия и достижения общих целей и каждого ее члена в отдельности.

Несмотря на указанные достижения психологической науки, большая часть ее знаний – лишь в умах исследователей, не находя практического применения в широких масштабах. Ввиду этого обстоятельства ясно, что существует потребность в создании такой отдельной ниши на рынке или даже экономичес-

кой отрасли, как психологические услуги, что является следствием коммерциализации данной сферы деятельности. Если понимать, что «коммерциализация – подчинение деятельности целям извлечения прибыли» [1], то относительно психологической работы в этом направлении весьма обширные перспективы.

Если говорить о собственно экономических понятиях и законах, об их использовании в коммерциализации социально-психологической деятельности, то существуют некоторые проблемы. Во-первых, вопрос спроса и предложения относительно психологических услуг. Как известно, спрос формирует потребитель, если не брать в расчет маркетинговые механизмы, а предложение – поставщик услуг. В таком случае перед нами встает проблема спроса, поскольку потенциальный потребитель зачастую не может, не готов или не способен осознать потребность в услугах психолога. Причем этим потребителем могут выступать как отдельный человек, так и группы (трудовые коллективы, профессиональные сообщества, общественные организации). Хотя на сегодняшний день работа относительно психологической безопасности и психологической грамотности населения, как направление деятельности, также необходима, как «антитеррористическая, пожарная, санитарно-эпидемиологическая безопасность» [15].

Соответственно, задача для нас заключается в формировании спроса, конкретно – осознании потенциальными потребителями потребности в психологических услугах. Создавая предложение качественных услуг, проводя маркетинговые меры по их продвижению, приводя потенциального потребителя к пониманию сути этих услуг, их пользы, мы непременно создаем спрос, внося существенный вклад в психологическое здоровье нации и развитие общества в целом.

Еще одна важная экономическая категория, которая может способствовать коммерциализации психологической деятельности – конкуренция. В настоящее время в академической психологии наблюдается направление ее развития в русле интегративной психологии, и на первый план выступает дискуссия о проблеме базиса, на фоне которого эта интеграция может быть осуществлена. Иначе говоря, современные психологические направ-

ления конкурируют между собой, какое из них станет ведущим в науке. На наш взгляд, такая борьба должна происходить не в теории, а в практическом ее использовании, поскольку наука должна быть не только академическим достоянием, но также отвечать нуждам человека и приносить пользу обществу.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борисов, А. Б. Большой экономический словарь / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2003. – 895 с.
2. Инновации [Электронный ресурс] // Википедия: свободная энциклопедия. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Загл. с экрана.
3. Инновационная_деятельность [Электронный ресурс] // Википедия: свободная энциклопедия. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/>. – Загл. с экрана.
4. Гольдштейн, Г. Я. Стратегический инновационный менеджмент : учеб. пособие / Г. Я. Гольдштейн. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2004. – 267 с.
5. Горбатенко, А. С. Общая и прикладная психология / А. С. Горбатенко. – М. : Феникс, 2002. – 352 с.
6. Зароченцев, К. Д. Экспериментальная психология : учебник / К. Д. Зароченцев, А. И. Худяков. – М. : Изд-во «Проспект», 2005. – 208 с.
7. Ковалев, Г. Д. Инновационные коммуникации / Г. Д. Ковалев. – М. : Юнити-Дана, 2000. – 286 с.
8. Колмогорова, Л. С. Становление психологической культуры школьника / Л. С. Колмогорова // Вопросы психологии. – 1999. – № 1. – С. 83–91.
9. Майерс, Д. Социальная психология / Д. Майерс. – СПб. : Питер, 2007. – 794 с.
10. Орлов, А. И. Менеджмент : учебник / А. И. Орлов. – М. : Изд-во «Изумруд», 2003. – 298 с.
11. Пивоваров, Д. В. Основные категории онтологии / Д. В. Пивоваров. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2003. – 268 с.
12. Соколов, Е. А. Психология познания: методология и методика преподавания / Е. А. Соколов. – М. : Унив. кн., 2007. – 384 с.
13. Титов, А. Б. Маркетинг и управление инновациями / А. Б. Титов. – СПб. : Питер, 2001. – 240 с.
14. Худяков, А. И. Экспериментальная психология в схемах и комментариях / А. И. Худяков. – СПб. : Питер, 2008. – 320 с.
15. Чепель, Т. Л. Психологи и инновации: вызовы времени и профессиональная позиция [Электронный ресурс] / Т. Л. Чепель. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.concord.websib.ru/page.php?article=85&item=2>. – Загл. с экрана.

INNOVATIVE ACTIVITY IN THE SOCIALLY-PSYCHOLOGICAL THEORY AND PRACTICE. POSSIBILITIES OF COMMERCIALIZATION

D.A. Zuev

In article are considered possibilities of innovative activity in socially-psychological knowledge and its applied introduction to the business. Also, with use some examples, are described some directions of research activity and their demand in a modern society. Besides, there described the sight at the brought attention to the question from the economic and sociopolitical points of view.

Key words: *innovations, innovative activity, experiment, experimental psychology, applied socially-psychological research, commercialization, management, marketing.*