

АНАЛИЗ МОДЕЛИ ИННОВАЦИОННОСТИ ЛИЧНОСТИ**А. А. Кличковская***Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель О. А. Подольская

В современном мире в условиях глобальной конкуренции главным фактором экономического роста, развития, богатства и конкурентоспособности стран становится интеллектуальный капитал. «Новая» экономика, основанная на знаниях, интеллекте и передовых технологиях, становится основой основ современного общества. Знания становятся ключевым экономическим ресурсом наций, компаний и людей. Но сегодня на первый план выходит не столько управление знаниями, сколько управление процессами создания новых знаний, эффективного их применения и обмена ими, что обуславливает высокую степень сотрудничества людей и осознание важности этих процессов. Поэтому основной целью деятельности любого предприятия, фирмы или бизнеса должна стать работа по созданию «инновационной личности».

Понятие «инновация» является сложным, многогранным и неоднозначным и его трудно «свести» к простейшим явлениям человеческой и общественной жизни. Вследствие этого в психологии термин «инновационность личности» в настоящее время встречается крайне редко. Безусловно, отдельные аспекты инновационного процесса, такие, например, как креативность, изучаются достаточно давно, но в некоторых работах инновационность рассматривается как специфический психический феномен. На наш взгляд, инновационный интеллект – это вид умственных способностей, который используется для достижения определенных целей и для создания чего-то нового и ранее неизвестного.

Инновационность личности не является базовой психологической компонентой (такой, например, как темперамент) и представляет собой определенную совокупность характерных черт. При оценке степени инновационности человека обязательно должна учитываться ситуационная компонента. При этом оценка инновационности личности распадается на две составляющие: статический и динамический индексы.

Статический индекс используется когда у нас нет данных о функционировании человека в среде с определенными «предпосылками инновационности» (например, при приеме на работу). В такой ситуации индивид может быть оценен на основании соответствующих тестов. Так как определенных нормативных значений по результатам данных тестов нет, то индексы будут представлять собой рейтинги (например, потенциальных кандидатов) или должны быть отнесены к какой-то базе (например, показателям «модели идеального инноватора»):

$$I = I_K + I_P + I_F + I_I, \quad (1)$$

где I – индекс инновационности личности; I_K – индекс креативности (например, креативные тесты Вильямса, тест дивергентного мышления Гилфорда, тесты творческого мышления Торренса); I_P – индекс профессиональности (тест, экзамен или собеседование для выявления профессиональных знаний и навыков); I_F – индекс прогностичности (тесты Л. А. Регущ); I_I – индекс инициативности (комплексный тест профессиональных способностей Айзенка или любой тест на лидерство и общее эмоциональное состояние, например, цветовой тест Люшера).

Динамический индекс инновационности позволяет отследить изменение уровня инновационности личности во времени, сопоставить его изменение с полученными результатами и затратами (например, на повышение профессионально уровня):

$$I = \frac{I}{I_B} + \frac{R}{R_B} + \frac{Z_B}{Z}, \quad (2)$$

где B – показатели базового периода; R – результаты деятельности (показатель не обязательно должен характеризовать именно инновационную деятельность индивида; он может быть выражен, например, в изменении объемов продаж или расширения клиентской базы для руководителя отдела маркетинга); Z – затраты изменения организационной среды и личное совершенствование (например, затраты на организацию доступа в интернет и на курсы пользователей ПК, на семинары, конференции и курсы повышения квалификации).

Теперь рассмотрим более подробно компоненты инновационной модели.

Креативность. Область креативности сложна для исследований и вызывает множество споров, поскольку эмпирическое поле фактов, относящихся к данной проблеме, очень широко. Креативность, рассматриваемая в различных концепциях, предстает в виде частей головоломки, собрать которую целиком еще никому не удалось.

Определения креативности могут быть разделены на шесть типов:

1) гештальтистские (описывающие креативный процесс как разрушение существующего гештальта для построения лучшего);

2) инновационные (ориентированные на оценку креативности по новизне конечного продукта);

3) эстетические или экспрессивные (делающие упор на самовыражение творца);

4) психоаналитические или динамические (описывающие креативность в терминах взаимоотношений Оно, Я и Сверх-Я);

5) проблемные (определяющие креативность через ряд процессов решения задач);

6) разные определения, не попавшие ни в один из перечисленных выше типов, в том числе весьма расплывчатые (например, «добавление к запасу общечеловеческих знаний»).

Прогностичность. Успешность различных видов человеческой деятельности связана с проявлением прогностических способностей или требует таковых. Способность к прогнозированию проявляется на разных уровнях познавательной деятельности: сенсорно-перцептивном, уровне представлений, речемыслительном. Способность прогнозирования, как и любая человеческая способность, проявляется и формируется в деятельности, имеет природные предпосылки развития, обусловлена общественно-историческими факторами. Способность прогнозирования может выступать и как общая, и как специальная способность. Общей она является в том смысле, что включена в любую деятельность, является ее неотъемлемой составной частью. Специальная способность выступает как деятельность, целью которой является построение прогноза. Единство родовых общечеловеческих и специальных способностей является одной из характерных черт познавательных способностей, что позволяет и прогнозирование рассматривать как одну из познавательных способностей человека.

Привычки. В данном случае рассматриваются не столько привычки отдельного человека, сколько проявляющиеся в его поступках, в его мировоззрении, черты, характерные для определенных социальных страт. Они меняются со временем, однако в краткосрочном периоде это достаточно консервативный показатель. Привычки отражают проявление в индивидууме архитипических институциональных закономер-

ностей. Примером институционального фактора является влияние на инновационный процесс системы ценностей, которых придерживается индивид. Связь между институциональными ценностями, которых придерживаются разные народы, и развитием экономики по итогам ряда исследований можно считать доказанной, хотя не всегда ясно, что причина, а что следствие; вероятней всего, как причиной, так и следствием может быть и то и другое.

Инициативность. В управленческой науке неоднократно предпринимались попытки выявления маркерных признаков способностей к выполнению тех или иных работ. На практике это приводит чаще к появлению стереотипов, нежели к выявлению реальных взаимосвязей. Так, например, очень широко распространено мнение о различиях в способностях к лидерству между мужчинами и женщинами. Более того, считается, что половые, точнее гендерные, различия приводят к формированию различных моделей лидерства. Традиционно лидерство изучалось без учета пола, поскольку лидерская роль считалась маскулинной. Поиск причин тендерной диспропорции лидерства, различий (или доказательств их отсутствия) между лидерами – мужчинами и женщинами – ведется по пяти направлениям. К первому относятся традиционные теоретические подходы, сложившиеся в психологии: когнитивизм, бихевиоризм, фрейдизм. Второе направление связано с общими различиями между мужчинами и женщинами. Третье направление составляют классические лидерские концепции, включившие в свой арсенал фактор пола. К четвертому направлению можно отнести собственно гендерные теории лидерства. И наконец, пятое направление составляют работы, не имеющие четкой теоретической основы и усматривающие причины гендерной диспропорции лидерства в половой дискриминации.

Обобщая результаты изучения предпосылок формирования модели инновационности личности, можно сделать вывод, что инновационность не может быть рассмотрена как некий психологический феномен, скорее, это некая норма реакции индивида при решении проблем бытийности в определенных социальных условиях.

Практическая значимость представленной выше модели формирования инновационности личности заключается в том, чтобы:

- 1) выявить определенные личностные характеристики при решении нестандартных, нетривиальных задач в той или иной ситуации;
- 2) создать всевозможные условия для раскрытия таких характеристик при соответствующей организации функционирования хозяйствующего субъекта;
- 3) расширить функции управленческого персонала по подбору и ротации профессиональных кадров – перейти от теста, экзамена или собеседования для выявления профессиональных знаний и навыков к целой системе тестов и программ для выявления в личности креативности, инициативности и прогностичности.