

## ИНОВАЦИОННОСТЬ КАК ДЕТЕРМИНАНТА УСПЕШНОСТИ ПРОЦЕССОВ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАНИЯ

---

---

---

---

---

### Иновационность как психологическая категория

В современном мире практически постоянно происходят изменения во многих сферах жизни и деятельности человека. В большинстве случаев эти изменения носят характер развития, делая жизнь человека проще и удобнее, а также способствуя решению насущных социально-экономических, технических, научных и других задач. Изменения, которые способствуют прогрессу и основаны на новых идеях, предложениях и решениях, являются инновациями. В научной литературе представлены многочисленные подходы к определению этой категории [Кондратьев, 2002; Шумпетер, 2007]. Ниже приведен ряд уже ставших классическими пониманий инноваций, делающих акцент на их различных сторонах [Cummings, O'Connell, 1978]:

- успешное приложение к данной ситуации новых средств и методов;
- новое решение проблемы или задачи, которое возникает на индивидуальном, групповом или организационном уровнях;
- продуцирование, принятие и использование новых идей, процессов, продуктов и услуг.

Вызывает обоснованный исследовательский интерес изучение таких параметров личности субъекта, которые детерминируют успешность формирования, внедрения и распространения инноваций. В наибольшей степени это касается самой важной его личностной характеристики, обеспечивающей успешность инновационного процесса, — иновационности (*innovativeness*).

В научной психологической литературе выделяется три основных подхода к определению иновационности субъекта в зависимости от степени принятия им инноваций [Harman, 2004]:

- 1) его способность быть первым во взаимодействии с инновациями;
- 2) фактор, повышающий вероятность того, что субъект будет инноватором;
- 3) фактор, ускоряющий принятие человеком новых идей и технологий.

Часто инновационность субъекта рассматривают как его желание получить какую-либо информацию об инновациях и определяют как стремление отыскивать что-либо новое и необычное. Она предполагает способность находить идеи извне системы и привносить их внутрь ее, а также умение популяризировать и распространять эти идеи [Larsen, Wetherbe, 1999]. Выделяется ряд других личностных факторов, оказывающих влияние на параметры инновационности субъекта, среди которых потребность в стимуляции; стремление к новизне; чувствительность к противоречиям, новому опыту и оригинальным, непохожим на другие стимулам; склонность к риску; креативность; готовность к переработке информации; независимость суждений; открытость опыту; осведомленность и проч.

Особенности формирования, функционирования, проявления и развития личностной инновационности во многом определяют стилистику поведенческих проявлений субъекта в условиях постоянно меняющихся экономических, технологических, информационных, социально-политических и других параметров современного мира. Так, Э. Роджерс в рамках предложенной им теории диффузии инноваций осуществил типологизацию субъектов инновационной деятельности в зависимости от степени их вовлеченности в процесс внедрения и реализации новых идей, решений и технологий [Rogers, 1995; 2004]. Он выделил:

- инноваторов, склонных идти на риск ради инноваций;
- ранних потребителей, в целом принимающих инновации без особых задержек;
- поздних массовых потребителей, представленных в основном скептиками;
- медлительных и «опоздавших», которые зачастую являются консерваторами.

В рамках еще одной классификации [Harrison, Horne, 1999] все участники инновационного процесса делятся:

- на инноваторов, наиболее активно принимающих новые идеи и технологии;

- имитаторов, которые придерживаются веяний моды, традиций и мнения большинства;
- «повторителей», которые склонны повторять однажды сделанный выбор несколько раз.

Одной из теорий, позволяющих дифференцировать участников инновационного процесса в зависимости от их отношения к новым идеям, технологиям и предложениям, является «адаптационно-инновационная» теория [Kirton, 1984]. Она объясняет различия в стиле мышления различных индивидов при решении ими преимущественно творческих задач. В рамках этой теории основной акцент делается на изучении скорее не уровня инновационности субъекта и его личностных характеристик, связанных с ней, а стилистики его мыслительной деятельности. Исследуется в основном качественное своеобразие процессов мышления и принятия решений в условиях инновационной деятельности. В соответствии с этой теорией каждый человек находится в определенной точке шкалы «адаптор — инноватор».

Существуют различные виды инновационности. Ряд исследователей выделяют *когнитивную* и *сенсорную* инновационность [Hirunyawipada, Paswan, 2006; Pearson, 1970; Venkatraman, 1991]. Другие авторы рассматривают *врожденную* и *реализованную* инновационность [Midgley, 1977; Mudd, 1990; Vandecasteele, Geuens, 2009].

Рассмотрим эти виды более подробно.

*Когнитивная* инновационность представляет собой склонность субъекта получать удовлетворение от нового опыта, от взаимодействия с чем-либо новым и от изучения закономерностей функционирования этого нового. При этом человек может получать «вторичное» удовлетворение от результата работы с полученной информацией, ее переструктурирования и дополнения. Когнитивная инновационность обуславливается потребностью в новом знании о вещах, фактах, процессах и о том, как они взаимосвязаны между собой. Реализация указанной тенденции стимулирует мыслительную деятельность и развитие когнитивной сферы субъекта [Venkatraman, 1991]. *Сенсорная* инновационность связана с тенденцией испытывать удовлетворение от взаимодействия с вещами из внешнего мира. Сенсорные инноваторы в меньшей степени, чем когнитивные, склонны структурировать и анализировать новую информацию. Им скорее свойственно использовать эту информацию для удовлетворения своей потребности в новизне [Hirunyawipada, Paswan, 2006]. Указанный вид инновационности может

активироваться как внутренними (например, фантазиями), так и внешними (например, результатами действий человека) стимулами. Поведенческие проявления сенсорной инновационности могут быть связаны с поиском и принятием риска. Примером может служить устойчивый интерес человека к экстремальным видам спорта [Pearson, 1970; Udwardia, 1990].

Как уже указывалось выше, разделяют также врожденную и реализованную инновационность. *Врожденная* инновационность — это способность субъекта принимать инновационные решения вне зависимости от влияния опыта других людей в процессе коммуникации с ними [Midgley, 1977; Vandecasteele, Geuens, 2009]. Такое понимание инновационности, тем не менее, предполагает предварительное взаимодействие с другими для того, чтобы ознакомиться с их опытом. Врожденная инновационность представляет собой целостное образование наподобие личностной черты [Mudd, 1990]. *Реализованная* инновационность связана с поведенческими проявлениями субъекта в контексте его инновационной деятельности, которые могут быть подвергнуты наблюдению.

## **Личностная и организационная инновационность в условиях интернационализации образования**

В современной психологической науке исследования инновационности наиболее интенсивно проводятся в ряде основных направлений, одним из которых является образование. Это и понятно: в силу того что образование оказывает огромное влияние не только на общий уровень развития общества и состояние его умов, но и на его экономический, социально-политический, военный и прочий потенциал, повышение эффективности и качества образовательного процесса может в масштабе всего общества привести к ускорению процессов развития и модернизации.

Проведенные различными авторами эмпирические исследования показали наличие значимых положительных корреляций между уровнем образования, полученного человеком, и его инновационностью [Vandecasteele, Geuens, 2009].

Инновационность в области образования может проявляться в нескольких сферах:

- в принятии и использовании новых эффективных образовательных методов (например, дистанционного обучения);

- в нахождении и популяризации новых идей, ценностей и стратегий в сфере образования (примером может служить идея интернационализации образования);

- в принятии и распространении новых методов структурирования и управления образовательным процессом (например, в реализации многоступенчатого образования).

Одной из наиболее актуальных в настоящее время для России идей развития образования является идея интернационализации (*internationalization*) образования (в особенности высшего). Эта актуальность обусловлена несколькими основными причинами:

- относительной закрытостью и изолированностью российского (ранее советского) образовательного пространства от позитивных мировых тенденций;

- снижением качества образования в России, имевшим место в течение последних 10–15 лет;

- проблемой недостатка открытости и доверия в российском обществе в целом (периодические кампании по поиску зарубежных врагов и внешних причин провалов в тех либо иных сферах жизни российского общества).

В научной литературе по интернационализации образования в настоящее время нет общепризнанного определения этой категории. По мнению Г. Хармана, интернационализация имеет прямое отношение к следующим видам активности [Harman, 2004]: движение студентов и сотрудников университетов между странами; приведение к единым унифицированным международно-признанным стандартам образовательных программ и учебных планов; установление и поддержание международного доступа к исследовательским и образовательным программам; признание дипломов о высшем образовании на двустороннем, региональном и международном уровнях.

В настоящее время наблюдается расширение контекста исследований по проблемам интернационализации образования [Kehm, Teichler, 2007]. Так, если 10–15 лет назад эти исследования почти во всех случаях были направлены исключительно на изучение процессов международной мобильности различных видов, то в настоящее время они становятся все более комплексными и системными, ориентированными на решение управленческих, финансовых, социальных, культурных, политических и прочих вопросов.

Таким образом, с одной стороны, имеется риск того, что понятие интернационализации может утратить свои четкие содер-

жательные очертания. С другой же стороны, с успехом могут быть применены такие исследовательские подходы, которые позволяют выделить и подвергнуть научному анализу комплекс взаимосвязей между различными аспектами этого процесса, а также некоторые частные эффекты и закономерности его функционирования.

Одним из таких частных предметов исследования процессов интернационализации в сфере образования нам представляется изучение инновационности, которая в этом случае может выступать детерминантой успешности этих процессов. Такое изучение может осуществляться как на *индивидуальном*, так и на *организационном* уровнях.

*Индивидуальный* уровень анализа инновационности субъекта образовательного процесса предполагает ее исследование как личностной характеристики, включающее изучение когнитивной, мотивационной и эмоциональной составляющих. Следует отметить, что субъектом образовательного процесса могут быть как преподаватели и менеджеры, работающие в сфере обучения, так и студенты и слушатели, так как их участие в этом процессе в большинстве случаев носит активный характер.

Специфика протекания образовательного процесса в условиях интернационализации во многом обусловлена тем, что субъект зачастую вовлекается в прежде неизвестные ему виды деятельности. Кроме этого, он может попасть в совершенно незнакомую ему культурную и социальную среду с непонятным (или не до конца понятным) языком. В этом случае для того чтобы оказаться эффективным не только во взаимодействии с этой средой, но и в решении стоящих перед ним образовательных задач, он должен стать восприимчивым к перспективным и интересным сторонам своей профессиональной или образовательной деятельности.

Зачастую в саму ткань процессов интернационализации исходно «вплетены» факторы, детерминирующие поисковое и исследовательское поведение субъекта [Поддяков, 2006].

Расширение контекста и масштабности образовательного процесса требует от него поиска новых методов:

- 1) решения встающих перед ним образовательных задач;
- 2) преодоления культурных, языковых и других барьеров;
- 3) решения финансовых вопросов:
  - поиска источников финансирования своего образования;
  - обеспечения необходимого уровня благосостояния в незнакомой стране.

В решении указанных и ряда других задач субъекту просто необходимо проявлять чувствительность к новым идеям, решениям, технологиям.

Учитывая важность инновационного мышления субъекта в контексте его участия в процессах интернационализации (в качестве организатора, менеджера или простого участника), следует подчеркнуть необходимость развития у него не только чувствительности к новым идеям, предложениям и технологиям, но также способности их дорабатывать и внедрять.

Важную роль в исследованиях обсуждаемой проблематики играет изучение инновационных характеристик образовательных технологий и процедур, а также соответствующих личностных характеристик консультантов, тренеров и преподавателей. Преподавательская инновационность понимается как «многоаспектный конструкт, который может включать в себя установку к принятию специфических инноваций, личностные характеристики преподавателя, определяющие его отношение к новому, процесс “интериоризации” принятых им инноваций, а также его пролонгированное участие в профессиональных видах деятельности, связанных с нововведениями» [McGeown, 1980, p. 147].

*Организационный* уровень исследования инновационности предполагает изучение таких структурных характеристик образовательного учреждения в контексте его деятельности, которые могут либо способствовать, либо препятствовать появлению, внедрению и развитию инноваций. Кроме того, анализируются методы стратегического менеджмента и планирования, учитывающие фактор инновационности, а также исследуются процессы формирования такого психологического микроклимата, традиций и корпоративной культуры, которые способствовали бы появлению и внедрению инноваций.

В образовательном учреждении могут быть выделены следующие параметры, во многом определяющие уровень его инновационности в условиях реализации идей интернационализации [West, 2004]: 1) организационный климат; 2) организационная структура; 3) возраст и размер образовательного учреждения; 4) уровень централизации (децентрализации) управления; 5) менеджмент качества образования; 6) схемы поддержки инноваций; 7) альянсы и объединения образовательных структур.

Уровень инновационности образовательного учреждения во многом зависит от основных параметров той социокультурной среды, в которой оно функционирует (макроуровень), а также от

основных характеристик локальной (к примеру, корпоративной) культуры в отдельной группе, кафедре, лаборатории, факультете (микроуровень). Следует отметить, что инновационные характеристики студенческих групп также могут рассматриваться в качестве детерминант успешности интернациональных проектов в рамках того или иного университета.

В связи с многочисленными рисками, связанными с принятием и внедрением идей интернационализации в образовательную сферу, процесс управления инновациями в этой области должен включать серьезный анализ факторов неопределенности и рисков. По мнению Ф. Удвадия [Udwadia, 1990], эти факторы связаны:

- с неопределенностью и риском, присущими любым новым образовательным технологиям;
- неопределенностью в условиях приспособления старых технологий к обновляемому образовательному процессу;
- неопределенностью в развитии образовательного рынка и предпочтений потребителей образовательных услуг;
- неопределенностью относительно того, как различные формы интернационализации повлияют на сотрудников образовательного учреждения (распределение власти, потребность в повышении сотрудниками своей квалификации, организационную культуру и проч.).

В целом следует отметить, что психологические исследования инновационности субъектов образовательного процесса могут способствовать повышению эффективности реализации проектов по интернационализации образования.

## Литература

*Кондратьев Н.Д.* Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. М.: Экономика, 2002.

*Поддяков А.Н.* Исследовательское поведение: стратегии познания, помощь, противодействие, конфликт. М.: Эребус, 2006.

*Шумпетер Й.* Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия. М.: Эксмо, 2007.

*Cummings L.L., O'Connell M.J.* Organizational Innovation: A Model and Needed Research // Journal of Business Research. 1978. Vol. 6. No. 1. P. 33–50.



*Gauvin S., Sinha R.K.* Innovativeness in Industrial Organizations: A Two-stage Model of Adoption // *International Journal of Research in Marketing*. 1993. Vol. 10. No. 2. P. 165–183.

*Harman G.* New Directions in Internationalizing Higher Education: Australia's Development As an Exporter of Higher Education Services // *Higher Education Policy*. 2004. Vol. 17. No. 1. P. 101–120.

*Harrison Y., Horne J.A.* One Night of Sleep Loss Impairs Innovative Thinking and Flexible Decision Making // *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 1999. Vol. 78. No. 2. P. 128–145.

*Hirunyawipada T., Paswan A.K.* Consumer Innovativeness and Perceived Risk: Implications for High Technology Product Adoption // *Journal of Consumer Marketing*. 2006. Vol. 23. No. 4. P. 182–198.

*Kehm B.M., Teichler U.* Research on Internationalisation in Higher Education // *Journal of Studies in International Education*. 2007. Vol. 11. No. 3, 4. P. 260–273.

*Kirton M.J.* Adaptors and Innovators – Why New Initiatives Get Blocked // *Long Range Planning*. 1984. Vol. 17. No. 2. P. 137–143.

*Larsen T.J., Wetherbe J.C.* An Exploratory Field Study of Differences in Information Technology Use between More- and Less-innovative Middle Managers // *Information and Management*. 1999. Vol. 36. No. 2. P. 93–108.

*McGeown V.* Dimensions of Teacher Innovativeness // *British Educational Research Journal*. 1980. Vol. 6. No. 2. P. 147–163.

*Midgley D. F.* *Innovation and New Product Marketing*. N.Y.: Wiley, 1977.

*Mudd S.* The Place of Innovativeness in Models of the Adoption Process: An Integrative Review // *Technovation*. 1990. Vol. 10. P. 119–136.

*Pearson P.H.* Relationships between Global and Specified Measures of Novelty Seeking // *Journal of Consulting and Clinical Psychology*. 1970. Vol. 34. P. 199–204.

*Rogers E.M.* *Diffusion of Innovations*. 4th ed. N.Y.: Free Press, 1995.

*Rogers M.* *Evolution: Diffusion of Innovations* // *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* / N.J. Smelser, P.B. Baltes (eds). N.Y.: Elsevier, 2004. P. 4982–4986.

*Roehrich G.* Consumer Innovativeness: Concepts and Measurements // *Journal of Business Research*. 2004. Vol. 57. No. 6. P. 671–677.

*Udwadia F.E.* Creativity and Innovation in Organizations: Two Models and Managerial Implications // *Technological Forecasting and Social Change*. 1990. Vol. 38. No. 1. P. 65–80.

*Vandecasteele B., Geuens M.* Revising the Myth of Gay Consumer Innovativeness // *Journal of Business Research*. 2009. Vol. 62. P. 134–144.

*Venkatraman M.P.* The Impact of Innovativeness and Innovation type on Adoption // *Journal of Retailing*. 1991. Vol. 67. No. 1. P. 51–67.

*West M.A.* Creativity and Innovation in Organizations, Management of // *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences* / N.J. Smelser, P.B. Baltes (eds). N.Y.: Elsevier, 2004. P. 2895–2900.

© Яголковский С.Р., 2012