

ВЫСОКИЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ – ФОРМА ДЕГРАДАЦИИ ВЫСОКОГО ЛИЧНОСТНОГО ПОТЕНЦИАЛА

Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ (грант № 11-06-0107а).

Представлены результаты исследования (2010–2011 г.), посвященного уточнению смысла явления, которое в современной психологии обозначается термином «высокий инновационный потенциал» (речь идет об индивидуальном потенциале человека). В исследовании приняли участие лидеры проектных групп конкурса «БИТ Сибирь-2011», предприниматели с различным по параметрам продолжительности и успешности опытом ведения бизнеса. Представлены результаты экзистенциально-феноменологического анализа автобиографических интервью, проведенных и проинтерпретированных с целью оценки качественных характеристик инновационного потенциала, и результаты, полученные с помощью пакета опросников для оценки общепсихологических параметров личностного потенциала. Выдвинуты две гипотезы в отношении изучаемого явления: 1. Для изучения инновационного потенциала возможно, а в некоторых случаях достаточно использовать методики изучения личностного потенциала в комплексе с экзистенциально-феноменологическим анализом. 2. Проявление высоких значений инновационного потенциала есть проявление деградации личностей с высоким личностным потенциалом в аспекте отчужденности от исторического видения реальности и доминирования прогрессистского взгляда.

Ключевые слова: инновационный потенциал; личностный потенциал; экзистенциально-феноменологический анализ.

В современном обществе большое напряжение вызывает вопрос об инновациях и инновационном потенциале индивида. Изобретаются способы извлечения прибыли из инновационного потенциала человека и инновационного потенциала регионов. Может показаться парадоксальным, но это не является чем-то принципиально новым для истории человечества. Идея инноваций в контексте прогресса, как известно, была характерна и для допотопной цивилизации, и для древних строителей Вавилонской башни, она отражена в древнейших мифах и связана с так называемым титаническим началом в человеке.

В нашем исследовании мы предприняли попытку понять проблему изучения инновационного потенциала как проблему изучения потенциала личностного, т.е. допуская, что личностный потенциал (симфонизированность тенденции личностного развития с тенденциями развития человечества) – это и есть в достаточной степени потенциал инновационный. Забегая вперед, скажем, что феноменологически анализ автобиографических интервью позволяет предположить, что проявленный в социально ожидаемых формах инновационный потенциал личности есть форма деградации личностного потенциала. Именно деградации, а не канализации, сублимации, реализации и пр. Об этом далее.

Проводя интервью, мы уточняли гипотезу, заложенную в исследовании посредством опросников о том, что проявленность инновационного потенциала в предпринимательской деятельности в большой и для некоторых контекстов в достаточной степени есть реализация личностного потенциала.

Предпринимательство является стержнем любой социально-экономической системы (В.Е. Ключко). Исследователи сходятся во мнении, что люди, занимающиеся предпринимательской деятельностью, способны к успешной адаптации в условиях постоянных преобразований, обладают готовностью реализовывать свои возможности «здесь и теперь». При этом сами исследования предпринимательства в отечественной психологии в целом немногочисленны (В.П. Позняков, А.Л. Купрейченко, А.Л. Журавлев, Е.Б. Филинкова и др.).

В 2010–2011 гг. нами было предпринято исследование, в котором приняли участие 60 человек: участники-лидеры проектных групп «БИТ Сибирь-2011», пред-

приниматели с различным опытом и результативностью ведения бизнеса. Возраст респондентов – от 18 до 55 лет. Весь массив данных на период написания статьи еще продолжал обрабатываться, поэтому в основу положены результаты анализа данных 30 респондентов.

Для анализа смыслов инновационного потенциала использовались результаты исследования, проведенного с применением пакета тестовых методик (Тест жизнестойкости С. Мадди (перевод и адаптация Д.А. Леонтьева и Е.И. Рассказовой), Опросник самоорганизации деятельности (Е.Ю. Мандрикова), Опросник «Якоря карьеры»). Качественные данные были получены посредством экзистенциально-феноменологического анализа автобиографических интервью (Методика оценки инновационного потенциала личности посредством интерпретации автобиографических интервью (О.В. Лукьянов)).

Тест жизнестойкости С. Мадди (перевод и адаптация Д.А. Леонтьева и Е.И. Рассказовой); Опросник самоорганизации деятельности (Е.Ю. Мандрикова); опросник «Якоря карьеры» входят в состав пакета опросников для оценки параметров личностного потенциала [1], соответствующий пониманию личностного потенциала Д.А. Леонтьевым и его коллегами (личностный потенциал – это интегральная системная характеристика индивидуально-психологических особенностей личности, лежащая в основе способности личности исходить из устойчивых внутренних критериев и ориентиров в своей жизнедеятельности и сохранять стабильность деятельности и смысловых ориентации на фоне давлений и изменяющихся внешних условий [2]). С точки зрения томских исследователей С.А. Богомаза и В.В. Мацуты, наличие высокого личностного потенциала у человека может обеспечить в случае необходимости многократную мобилизацию его интеллектуальной, креативной и прочих видов активности, способствуя достижению результативности и продуктивности деятельности [1].

Материалы обрабатывались в 3 этапа. На первом этапе проводился экзистенциально-феноменологический анализ текстов автобиографических интервью. На втором этапе анализировались результаты обработки количественных данных. На третьем этапе интерпретировались совокупность результатов, полученных посредством количественного и качественного анализа.

Анализ и интерпретация автобиографических интервью позволили увидеть:

1. Респонденты считают себя предпринимателями независимо от стажа, роли, объективных достижений. Респонденты идентифицируют себя с предпринимательством, несмотря на то что являются специалистами и наемными работниками, т.е. не имеют объективных оснований называть себя предпринимателями, не настаивают на социальной идентификации и не причисляют себя непосредственно к предпринимателям, не имеют реальных достижений в предпринимательской деятельности, а лишь проектируют ее. При этом все обследованные отождествляют себя с реальностью предпринимательской деятельности. Иными словами, идентификация респондентов с предпринимательством происходит не в атрибутивном, а в модальном аспекте жизни. Они сами настроены так себя идентифицировать. Структура их мышления может быть проиллюстрирована следующей выдержкой из интервью:

«– Считаешь ли ты себя предпринимателем?

Ммм... И да и нет, 100 процентов нет.

– Попробуй определить процентное участие.

– Я думаю, процентов на 50, так как если бы я сказал что на 100 процентов предприниматель, я бы уже давно что-нибудь предпринял.

– Тогда попробуй сказать, как ты чувствуешь, каково твое место в структуре проекта?

– Я бы, конечно, хотел это выяснить, но мне нравится считать, что моя роль – это роль консультанта.

– Кого ты консультируешь?

– И директора, и маркетолога в моей компании. Я больше человек аналитического склада ума, люблю копаться в информации, аналитику, предлагать какие-либо улучшения своей компании.

– Ты себя можешь воспринимать как лидера?

– Да, могу! Я могу быть лидером. Но у меня есть и трудности в этом, я могу быть таким, но у меня не хватает некоторых качеств, или они плохо выражены.

– А желание есть?

– Желание-то есть, но я не могу им быть. Когда я хочу что-то сделать, я уже могу это сделать».

2. Респонденты идентифицируют свою деятельность с предпринимательской. Партнерство не играет решающей роли. Предпринимательская деятельность для респондентов – это деятельность для одного, в отсутствии желания вести бизнес с партнером (на равных условиях). Респонденты показывают отсутствие экономического, т.е. партнерского, модуса в своем представлении о собственном бизнесе.

Выдержки из интервью:

«– А какую цену платишь за жизнь, которую ты живёшь?

– В чём её измерить? Я плачу отсутствием людей. Я плачу тем, что друзей могу пересчитать по пальцам на одной руке. Я плачу тем, что моя девушка вынуждена находиться одна из-за недостатка времени. Я плачу тем, что многое не успеваю по учебе. Я кончу, наверно, тем, что меня не узнают родители. Я плачу тем, что люди считают меня драконом. В любой момент я могу их испепелить, очень резко. Друзей мало.

– А кто-нибудь платит вместе с тобой?

– Нет. Я стараюсь делать так, чтобы мой темп, мой ритм никого не сбивал, тем более что находиться в связке для меня не очень хорошая ситуация, потому что если мне надо кардинально, быстро что-то поменять, то один я себя быстро поменяю, быстро переживу, очень быстро перестрою и для меня это нормально! Я очень быстро простроил план, проследовал ему и всё!»

3. Идентификация со временем своей жизни у респондентов утриворивана. В текстах интервью отсутствует ориентация респондентов на прошлое, некоторые интервью свидетельствуют о полном отрицании прошлого и нежелании что-либо о нем говорить.

Выдержки из интервью:

«– А можешь расставить основные вехи на протяжении своего жизненного пути, про которые ты бы мог сказать, что ты этим гордишься?»

– Не знаю, но эти путевые столбы я не очень люблю расставлять в своей жизни. Потому что знаю, что все вырабатывается постепенно, контрольные точки есть, конечно, закончил школу, поступил в универ, началась работа, пошёл на работу, занялся второй работой, потом проект, всё очень смазано. Не могу расставить какие-то конкретные точки, потому что их будет либо слишком много, либо их не будет вообще...»

4. В идентификации респондентов доминирующую роль играет символ денег без наполненности смыслом. Проявляется явная ориентация на материальные блага (деньги), при этом экономическая реальность, как ни странно, отсутствует.

Выдержки из интервью:

«– Что планируешь? О чем мечтаешь даже?»

– В плане бизнеса или вообще?

– В плане бизнеса.

– Денег много заработать, первоначально. Это первое. А второе – чтобы наш продукт стал востребован, какую-то отрасль, деятельность, чтобы потом можно было сказать, что я это сделал».

5. В идентификации респондентов отсутствует страх смерти (как самого человека, так и «смерти» бизнеса).

Выдержки из интервью:

«– Боишься смерти?»

– Нет, абсолютно. После того, я как прочитал про это много.

– А «смерть бизнеса»?

– Это абсолютно нормально, 90 процентов всех стартапов именно этим и заканчиваются. Я расцениваю это для себя как ступеньку вверх. Провал – это всегда то, когда можно понять, почему это произошло, анализ».

Интерпретируя полученные данные, мы можем сказать следующее. Опыт, отраженный в интервью, может быть обозначен как факт деградантной самоидентичности в контексте инновационного предпринимательства (извлечь личную выгоду из изменений и идеи прогресса без учета исторического контекста). Несмотря на то что некоторые респонденты не причисляют себя собственно к предпринимателям и не имеют ни объективных, ни субъективных оснований для этого, они отождествляют себя с реальностью предпринимательской деятельности.

Нежелание вести свой бизнес с партнером может свидетельствовать о недоверии к другим людям и отсутствии экономического, географического, символического мышления. Личностный потенциал в их представлении позволяет им полагаться больше на себя как на технический ресурс, на свои способности и возможности. Они видят свою жизнь как выстраивание индивидуальной траектории, которая принесит им успех, представляемый ими как самоценность.

Специфическое отношение к деньгам, фетишизация денег. На первое место такие люди ставят именно материальный достаток, это является одной из главных мотиваций для занятия бизнесом. Личности с инновационным потенциалом не отчуждают себя от потребительской реальности денег, они имеют для них большое значение.

Показательным является и отношение к смерти. Личностями с высоким инновационным потенциалом смерть воспринимается как часть жизни. Человек не испытывает страха перед смертью, поскольку его жизнь превышает по интенсивности то, что он воображает в качестве смерти. Они живут так, как будто уже победили смерть.

Интерпретация автобиографий позволяет предположить, что личность, обладающая инновационным потенциалом, характеризуется тем, что, четко идентифицируя себя в определенном времени (в уровне организации), помещает себя в узкий аспект времени прогресса, воспринимаемого как время большего порядка. Это, возможно, важный аспект извращения мышления

современных инноваторов. Модели, которыми такой человек выражает свою самоидентичность, ингерентны реальности изменений [3, 4], а не реальности развития и бытия.

Анализ автобиографий также показал, что представители данной выборки в своей идентификации характеризуются отсутствием ориентации на прошлое, некоторые интервью свидетельствуют о полном отрицании прошлого и нежелании что-либо о нем говорить. Этот артефакт позволяет предположить, что высокий инновационный потенциал – это вариант деградации личности с высоким личностным потенциалом [4].

Согласно данным количественных анализов С.А. Богомаза и Ю.В. Сметановой участники-лидеры проектных групп БИТ Сибирь-2011 и предприниматели имеют высокий уровень выраженности личностного потенциала.

В результате проведенного нами исследования мы можем выдвинуть две гипотезы:

1. Для изучения инновационного потенциала возможно, а в некоторых случаях достаточно использовать методики изучения личностного потенциала в комплексе с экзистенциально-феноменологическим анализом.

2. Проявление высоких значений инновационного потенциала есть проявление деградации индивидов с высоким личностным потенциалом в аспекте их отчужденности от исторического, экономического, диалогического видения реальности и доминирования в их мышлении примитивно-прогрессистского взгляда.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Богомаз С.А., Мацута В.В.* Оценка личностного потенциала и выявление основных типов ориентации на профессиональную деятельность студентов // *Психология обучения*. 2010. № 12. С. 77–88.
2. *Леонтьев Д.А., Мандрикова Е.Ю. и др.* Опыт структурной диагностики личностного потенциала // *Психологическая диагностика*. 2007. № 1. С. 8–31.
3. *Клочко В.Е., Лукьянов О.В.* Личностная идентичность и проблема устойчивости человека в меняющемся мире: системно-антропологический ракурс // *Вестник Томского государственного университета*. 2009. № 324. С. 333–337.
4. *Лукьянов О.В.* Фактор времени в системе психологических интерпретаций // *Психология. Журнал высшей школы экономики*. 2010. Т. 7, № 2. С. 46–63.

Статья представлена научной редакцией «Психология и педагогика» 17 марта 2012 г.