
ИННОВАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

УДК 339

И.В. Алешина

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация. Обоснована актуальность инновационности культуры РФ в ситуации глобального замедления экономического роста и необходимости преодоления системного кризиса российской экономики. Аргументируется значимость развития социо-культурной среды для создания и использования конкурентоспособных технологий. Рассмотрены взаимосвязанные уровни культуры, – национальная, организационная, индивидуальная, – испытывающие растущее воздействие процессов интернационализации и глобализации. Показана необходимость модернизации образования как социального института для развития инновационного вектора российской культуры. Представлены рекомендации роста инновационности образования как среды формирования культурной матрицы будущего РФ в части деформализации и интернационализации.

Ключевые слова: глобализация, инновации, технологии, культура, маркетинг, образование.

Irina Alyoshina

GLOBALIZATION AND MARKETING OF INNOVATIVE CULTURE

Annotation. In the situation of globally slowing economic growth and of the necessity for overcoming Russian economy's system crisis the importance of Russian Federation's cultural innovativeness is declared. The importance of socio-cultural environment development for creation and using competitive technologies is augmented. Interconnected levels of culture – national, organizational, individual, – are described as being increasingly influenced by internationalization and globalization. For innovative dimension enforcement the necessity of education, as of a social institute's modernization is shown. The recommendations on education's innovativeness as of a sphere of country's environment for cultural matrix formation for the future of RF are presented in part of deformatization and internationalization.

Keywords: globalization, innovations, technologies, culture, marketing, education.

Экономисты РФ обсуждают пути выхода страны из рецессии и кризиса, затронувшего все отрасли экономики страны. Кризис определяется не только как структурный, обусловленный диспропорционально высокой долей сырьевого сектора в экономике страны, снизившего экспортные доходы в условиях падения мировых цен на сырье, а как системный, многоаспектный – институциональный и технологический, осложненный накопившимися геополитическими дисбалансами в условиях глобализации рынков и отраслей [40].

Прогнозируемое агентством S&P снижение валового внутреннего продукта (ВВП) РФ в 2015 г. – 3,6 %, и в ближайший год заметного роста его не ожидается. Поскольку ситуация рецессии, по данным экспертов (А. Аузан [3; 5], Р. Гринберг [2], В. Мау [4], С. Глазьев, Г. Явлинский и многие другие [1], не обещает быстрого и простого разрешения, экономический спад, очевидно, затрагивает уже все слои общества и общественные группы, все социальные институты – образование и науку, госуправление, бизнес, семью, религию. Разрешение системного, более чем десятилетнего, кризиса требует новых решений. По мнению В. Мау, «попытка решения новых проблем старыми методами, ведет к накоплению дополнительных трудностей и еще более усугубляет кризис» [4].

Выход из кризиса экономисты видят в развитии новых отраслей экономики на основе разра-

ботки и «внедрения» инновационных технологий. Однако многие современные технологии (информационные технологии, электроника, программное обеспечение, биотехнологии), созданы и реализуются не в РФ, и кроме того, они инфраструктурно, контекстно- и ситуационно-зависимы. Функционирование их вне социокультурного контекста, техноинфраструктуры и ситуации изначальной разработки часто проблематично и требует системной адаптации. Попытка пересадить, «трансплантировать» технологию на новую почву изолированно, вне социально-экономического, политического, инфраструктурного контекста не всегда оправдывает ожидания. В специфических, в сравнении с наиболее инновационными экономиками, условиях РФ (уровень развития инфраструктуры, производительности труда, уровень жизни и экономических ресурсов) перспективной формой могут быть «реверс-инновации» как «реинvented», адаптированные к нашим реалиям современные технологии, но и этот подход требует определенных условий. Технологические инновации странового масштаба требуют соответствующих гуманитарных, социальных технологий для адаптации к новым и другим условиям использования в РФ. Потому структурная перестройка в России, рост доли высокотехнологичных отраслей в ВВП предполагает параллельное и опережающее решение ряда задач социокультурного плана. В контексте глобальных рынков культура нации проявляется в функционировании социальных институтов страны [6] и потому вносит свой вклад как в экономический рост, так и в экономический и технологический спад.

Российские экономисты – А. Аузан, Е. Ясин а также голландский исследователь Г. Хофстеде, американский Л. Харрисон отмечали инновационно-резистентный характер культуры некоторых стран и, в том числе России, как один из значимых факторов отставания в инновационном, технологическом развитии от стран Северной Америки и Западной Европы. Представляется, цели построения новой экономики РФ предполагают трансформацию, модернизацию российской культуры в направлении усиления инновационного вектора развития.

В глобальном бизнесе и маркетинге культура рассматривается как система культурных ценностей, верований и правил поведения, а также результатов человеческого труда и включает как нематериальные, идеальные объекты (культурные ценности, верования), так и материальные (здания и сооружения, предметы одежды и интерьера, техническое оборудование и инструменты) [6]. Абстрактные ценности культуры (инновационность, прогресс) материализуются в физические объекты, или форму, например, новые уникальные товары.

В РФ часто говорят о необходимости инноваций, а сейчас – об импортозамещении как о результатах работы предприятий, отраслей, т.е. об инновационности организаций, не акцентируя при этом инновационности индивидуумов и страны в целом. Такой подход представляется не достаточно системным, поскольку эти уровни инноваций и инновационности тесно связаны.

Анализируя состояние культуры, необходимо учитывать системные связи культур разного уровня и масштаба: страновой (нации), организаций и групп, индивидуумов, испытывающих растущее влияние интернационализации и глобализации экономики, политических процессов, технологий и инноваций, потребительского поведения (см. рис. 1).

Страновая культура оказывает фоновое влияние на происходящее в стране и почти не осознается ее носителями до тех пор, пока не сталкивается с другими страновыми культурами – в ситуациях международных контактов, коммуникаций и взаимодействий. Культура групп, или субкультура может быть социально-статусной (верхний-средний-нижний классы), этнической, географической (центр и периферия страны), профессиональной (программисты-«физики» и филологи-«лирики», технари и гуманитарии), демографической (подростки и пожилые люди). При том численность группы может быть больше численности населения отдельных стран, и культура такой группы может быть весьма влиятельной. Например, группа пользователей соцсети Фейсбук – насчитывает более миллиарда членов-пользователей и фактически составляет третью по численности страну мира после

Китая и Индии. Культура индивидуума отражает персональные ценности, верования и нормы поведения конкретного человека.



Рис. 1. Взаимосвязь культур стран, организаций и индивидуумов

Стремясь повысить рост инновационности российских предприятий и отраслей, нужно понимать, что эти организации встроены в страновой культурный контекст и состоят из индивидуумов, существующих в том же общем страновом контексте. Потому изменить культуру организации (группы), никак не меняя составляющие страновой и индивидуальной культуры, достаточно проблематично. Изменения должны быть системными, комплексными. Не случайно, в частности, В. Мау [4] и А. Аузан [3] говорят о необходимости институциональных реформ.

Модернизация экономики, производства и технологии в страновом масштабе невозможна без модернизации соответствующих социальных институтов (госуправления, образования), поскольку они транслируют и воспроизводят культуру нации. Так, например, А. Аузан считает, что главная социально-значимая роль, или миссия, университетов – формирование культурной матрицы общества завтрашнего дня [3].

Для развития инновационной сферы в стране необходимо усилить и акцентировать инновационность и предпринимательство, прогресс как культурные ценности нации. Для развития инновационности страны, очевидно, актуально формирование нового героя нашего времени – инноватора, айтишника, «гика» (geek, айтишник–всезнайка–всеумейка).

Пока же можно заметить, что в страновом масштабе у нас есть препятствия для развития инновационной культуры, не преодолев которые, сложно двигаться дальше. Например, значительная часть выпускников школ, – абитуриентов вузов хотят быть госчиновниками, а не предпринимателями-инноваторами-стартаперами, о чем свидетельствуют опросы абитуриентов и цифры конкурсов по этим направлениям подготовки [2]. Пока госчиновник – идеал карьеры для школьных выпускников, ждать инновационного прорыва страны придется долго.

Факт материальной составляющей культуры говорит о значимости наличия в повседневной жизни россиян артефактов инновационной деятельности, – материализованных условий, факторов и атрибутов инноваций. В частности необходимо сплошное покрытие территории страны широкополо-

ственным доступом в интернет. Это критически значимый фактор в силу тенденции демократизации инноваций. Важна мифологизация инновационной сферы в СМИ, литературе, публицистике.

У нас есть антиинновационные артефакты. Например, школьная форма (пиджаки-брюки-жилетки) по сути есть одежда, «дресс-код» госчиновников и офисных, банковских клерков, коих школа и воспитывает 11 лет. Не удивительно, что выпускники школ не хотят менять одежду и обретенную в школе самоидентичность «белых» и «серых» воротничков на «синие», умельцев, мастеров, предпринимателей, экспериментаторов. Однако у инноваторов-стартаперов совсем другой «дресс-код», а именно, его отсутствие [7] – это универсальная одежда, джинсы, водолазки, кроссовки, которую и носят, заметим, школьники и студенты (а затем они же – инноваторы) наиболее инновационно развитых стран – США, Финляндии. В Финляндии – одной из самых инновационных стран мира, школьной формы как таковой нет.

Нужно понимать, если мы действительно хотим и стремимся стать инновационной экономикой, нам надо выйти на другую, новую орбиту. Это значит, что нужно и придется отказаться от того, что инновационности мешает и найти и принять то, что помогает.

Нужно отказаться от излишнего и дорогостоящего формализма и бюрократизма, демократизировав инновации социальных институтов, в том числе в сфере образования. Это касается, в частности, образовательного контента в сферах глобализованных отраслей – бизнес-администрирования, технологий, ИТ. Актуальной представляется дебюрократизация создания контента, который реально движется в мире в направлении селфпублишинга, а роль преподавателя как источника знаний меняется в сторону роли эксперта, консультанта и навигатора-проводника в сегодняшнем глобальном информационном океане.

Этноцентричность, изолированность инновационной, образовательной и научной сфер РФ чревата не только ростом их отставания, но и дисфункциональностью национальной экономики в целом на глобализованных рынках значительной части ресурсов – природных, человеческих, материальных. Необходима глобальная, международная ориентация образовательной сферы. А. Аузан и Я. Кузьминов, в частности, говорили о перспективности экспортной ориентации российских вузов – направлении мирового потока иностранных студентов через вузы РФ. Для этого необходимы программы обучения на английском языке, потенциально реализуемые в рамках консорциума вузов. Положение и позиционирование РФ в начальных звеньях глобальной цепи создания потребительской ценности (исследования, образование, разработки), по мнению А. Аузана, наиболее предпочтительно для РФ, так как соответствует ее ментальности и культурной специфике.

Библиографический список

1. В 2016 году практически вся страна будет бедной. Интервью И. Старикова [Электронный ресурс] // Новая газета. – 2015.10.12.. – Режим доступа : <http://www.novayagazeta.ru/economy/70290.html> (дата обращения : 30.11.2015).
2. Когда и как Россия может выйти из кризиса: Интервью Руслана Гринберга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.regnum.ru/news/polit/1895078.html> (дата обращения : 30.11.2015).
3. Ловушка «колеи». Александр Аузан о том, что держит Россию в плену старых ценностей и не дает ей возможностей для прорыва [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.colta.ru/articles/society/8428> (дата обращения : 30.11.2015).
4. Мау, В. Турбулентное десятилетие: почему кризис не закончится сам по себе 13.11.2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rbc.ru/opinions/economics/13/11/2015/5645cc5c9a7947f5a87d6b55> (дата обращения : 30.11.2015).
5. Ни у кого нет четкой модели будущего. О новых принципах стратегии развития России рассуждают Александр Аузан и Сергей Капков [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.vedomosti.ru/economics/video/2015/10/11/612279-kapkov-ni-u-kogo-net-modeli-buduschego> (дата обращения : 30.11.2015).

6. Keegan, W. J. Global Marketing. / W. J. Keegan, M. C. Green // 7th ed. Pearson Education, 2013. – 568 p. – ISBN 978-0132719155.
7. Kosoff, M. A look inside the insanely successful life of Elizabeth Holmes, the world's youngest self-made female billionaire [Электронный ресурс] / М. Kosoff. – Режим доступа : <http://www.businessinsider.com/the-successful-life-of-theranos-ceo-elizabeth-holmes-the-worlds-youngest-billionaire-2015-7> (дата обращения : 30.11.2015).