

УДК 81'27

ИНТЕГРАЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ДИСКУРСЕ ИННОВАЦИЙ

Шилина Марина Григорьевна

Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики

Социально-экономический дискурс в XXI в. существенно трансформируется. Основным драйвером изменений в развитых странах являются глобальные экоэкономические, т.е. экологически, экономически, социально ответственные стратегии деятельности человека, которые основаны на современных концепциях интеллектуальной, инновационной экономики. Подобные реалии отражают глобальные тенденции развитых экономик, при этом национальные инновационные системы (НИС) различаются существенно. В России имеются предпосылки, в том числе декларации государства, для развития инноваций, однако комплексные теоретические исследования в данной сфере пока не предложены. Исследование актуальных особенностей дискурса инноваций в качестве объекта и характеристик социальной коммуникации, в первую очередь профессиональной коммуникации связей с общественностью, в качестве предмета актуально и представляет научную новизну.

В статье дан анализ базовых характеристик дискурса инноваций в XXI в. Автор выявляет системно-функциональные изменения дискурса вследствие трансформации классических моделей инновационной экономики и производства. Новыми интегрирующими элементами современной неклассической модели становятся активная аудитория и профессиональные коммуниканты; интегрирующие функции обретает Интернет. Типологическая линейка профессиональной социальной коммуникации в дискурсе инноваций демонстрирует появление широкого спектра новых направлений, что подтверждает необходимость данного интегрирующего элемента в модели инноваций как обязательного. Представленные в статье положения позволяют формировать теоретические и практические концепции и стратегии в сфере инноваций, что особенно значимо для российской национальной инновационной системы, которая находится на стадии становления.

Ключевые слова: инновация; коммуникация; экоэкономический дискурс; интеграция; связи с общественностью; коллаборация; Интернет; онтологический статус.

INTEGRATION OF A SOCIAL COMMUNICATION IN INNOVATIVE DISCOURSE

Marina G. Shilina

National Research University — Higher School of Economics

Social-economic discourse in the XXI century is essentially transformed. The main driver of change in the developed world are global eco-economic that is environmentally, economically, socially responsible business strategies, which are based on modern concepts of intellectual, innovative economy. These realities reflect global economic trends, and the national innovation system (NIS) differ considerably.

In Russia, there are preconditions, including the declaration of state for innovation, but complex theoretical research in this field has not yet offered. A study of actual features of the discourse of innovation as the object, and the characteristics of social communication, especially professional communication of public relations, as the subject has relevance and scientific novelty.

The paper analyzes the basic characteristics of the discourse of innovation in the 21st century. The author reveals the systemic and functional changes due to the transformation of the discourse of classical models of the innovation economy and production. New integrating elements of nonclassical models become active audience and professional communicants, and the Internet. Typological range of professional social communication in the discourse of innovation demonstrates the emergence of a wide range of new directions, confirming the need of the integrating element in the model innovation as mandatory.

Theoretical positions, presented in the article, allow to form the theoretical and practical concepts and strategies in the field of innovation, which are particularly important for the Russian national innovation system.

Key words: innovation; communication; eco-economic discourse; PR; media; collaboration; the Internet; ontological status.

1. Введение

Социоэкономический дискурс в XXI в. находится в переходной стадии [2] и существенно трансформируется. Основным драйвером изменений в развитых странах являются глобальные экоэкономические, т.е. экологически, экономически, социально ответственные стратегии деятельности человека.

Экоэкономические стратегии основаны на современных концепциях интеллектуальной, инновационной экономики. Понятия не являются полными синонимами, однако онтологические основания их во многом совпадают, в данной статье используем их в одном синонимическом ряду. «Общим знаменателем» можно считать концепцию общества, основанного на знаниях, производстве знаниеемкого /наукоемкого / инновационного продукта (англ. knowledge-intensive). Отметим, что понятия «интеллектуальная экономика», «общество знаний», «инновации» до сего дня не имеют общепринятых дефиниций из-за отсутствия четких характеристик данных виртуальных объектов и их перманентных изменений; также отсутствует общая теория интеллектуальной / инновационной экономики. Тем не менее, в рамках неклассической научной парадигмы существенным является понимание инноваций как результата и как процесса деятельности. В частности, возможны трактовки инновации как внедренного эффективного новшества, творческого процесса и как результата инвестирования в разработку получения нового знания, идеи и последующий процесс внедрения (производства), с получением дополнительной ценности (прибыль, коренное улучшение и т.д.). В типологической линейке инноваций выделим инновации в экономике, технологиях, социальной сфере (по предмету); глобальные, национальные, отраслевые, корпоративные (по масштабу).

Исследования инноваций, начатые Йозефом Алоизом Шумпетером (Joseph Alois Schumpeter) еще в начале прошлого века [9, 11], демонстрируют сегодня изменение их вектора: от экономического к социологическому [14]. Онтологией экономики в XXI в. является качество человеческого капитала и креативного труда как фактора производства. Антропоцентризм дискурса изме-

няет и классическую модель инноваций (так называемый «треугольник знаний»: государство – бизнес – наука), интегрирующим фактором которой ранее являлось государство или бизнес, в актуальном дискурсе — индивид, активная аудитория, общественность.

Инновация создает «новые ценности и существенные социальные изменения путем ведения новых концептов и систем, которые полностью отличаются от имеющихся. По этой причине простое расширение обычных идей или систем является недостаточным, наиболее важным является создание общества, где возможности людей, а они лежат в основе всего, могут быть использованы по максимуму» [10]. Формируется новое понятие «инновация в инновации», суть которого состоит в реструктуризации и оптимизации инновационного процесса и создании среды, стимулирующей его продвижение [3, 5], что также определяет значимость социальной коммуникации в формировании коммуникативного пространства, дискурса инноваций.

Существенным инструментом реализации инновационных моделей является Интернет, особенно в условиях викиномики [12, 13]. Новейшие реалии развития технико-технологической и антропоцентрической ипостасей Всемирной паутины, например, расширение сети акторов в формате Интернета вещей, формирование «всеобъемлющего Интернета» определяют дальнейшие интеграционные процессы в дискурсе инноваций, опосредованные технологиями.

Многоуровневое усложнение и антропоцентризм дискурса обуславливают необходимость обеспечения интеграции всех процессов, т.е. стратегического коммуникационного сопровождения инноваций профессионалами.

Подобные реалии отражают глобальные тенденции развитых экономик, при этом национальные инновационные системы (НИС) различаются существенно. В России имеются предпосылки, в том числе декларации государства, для развития инноваций, однако комплексные теоретические исследования в данной сфере пока не предложены.

Таким образом, исследование актуальных особенностей дискурса инноваций в качестве объекта и характеристик социальной коммуникации, в первую очередь профессиональной коммуникации

связей с общественностью, в качестве предмета актуально и представляет научную новизну.

2. Инновационный дискурс: сущность, характеристики, модели

Исследование процесса производства инновационных продуктов / услуг демонстрирует появление особого вида и новой модели коммуникации (англ. innovative model, I-model) [7, 8]. Производитель в данной модели оказывается в принципиально новых для себя условиях не монопольного, а равноправного с потребителем инноваций субъекта, причем именно успешная коллаборация с другими акторами на всех этапах (выработки идеи продукта, его создания, продвижения, потребления) является ключевым условием эффективности. Для реализации инновационной модели производства необходимы высокая лояльность и активность всех участников процесса, в первую очередь потребителей. Достижение лояльности, как и описанное выше партнерство субъекта и объекта коммуникации при сопроизводстве услуги или продукта, возможно исключительно благодаря стратегическому институциональному формированию информационно-коммуникационных потоков, т.е. за счет включения в процесс специалистов по коммуникации, гуманитарных технологов, специалистов по связям с общественностью, медиа. То есть экономическую эффективность инноваций определяет профессионально выстроенная стратегия производственного взаимодействия на всех ее этапах; интеграцию процесса обеспечивает социальная профессиональная коммуникация, которая становится обязательным элементом модели.

С коммуникационной точки зрения возникает комплекс проблем, обусловленных особенностями индивида (субъекта и объекта), вступающего в экономическую коммуникацию нового типа: ментальными, психологическими и т.д. Так, априори будут превалировать не формально-логическое, а ассоциативное мышление, спонтанность, непредсказуемость, что усложнит процессы коммуникации и также потребует профессиональной коммуникативной поддержки.

Ключевым в модели инновационного производства является индивид, который становится целью, средством и условием экономики новейшего периода. Индивид оказывается в центре разнообразных форматов интеракций, включается в новые для себя матрицы внешних отношений и при этом должен все больше внимания уделять собственному развитию как главному условию

обеспечения жизнедеятельности. Представляя необходимость стратегического экоэкономического подхода ко всем процессам в глобальном масштабе, он должен быть все более социально ответственным и активно проявлять свои убеждения. Таким образом, формируются предпосылки и условия многократного увеличения количественных и принципиального изменения качественных показателей социальной коммуникации.

На основе приведенных выше характеристик базовых элементов модели инновационного производства определим понятие «инновационная экономика» в рамках статьи: способ общественного воспроизводства человека как креативной личности, производства товаров, работ, услуг на основе совершенствования системы инновационных производственных отношений и производительных сил в глобальном экоэкономическом пространстве.

Выявленные реалии дают основания употребить для характеристики актуальных экономических отношений, которые все более социализируются, термин «дискурс», как наиболее адекватный, характеризующий современные многосторонние диалоговые открытые коммуникации. Под термином «дискурс» (фр. discours, англ. discourse) в данной работе имеем в виду специфический способ или специфические правила организации коммуникации определенного вида (синоним — дискурсивные практики). Термин «экономический дискурс» используется достаточно широко в научных и публицистических работах для обозначения современных экономических отношений, однако пока не имеет четкой дефиниции. Определим его в рамках данной работы: экономический дискурс в инновационном обществе есть специфический способ организации социально ответственной антропоцентрической коммуникации в сфере производства товаров и услуг, условием эффективной реализации которого является повышение качества человеческого капитала и труда за счет развития креативной составляющей.

Итак, модель инновационного производства является антропоцентрической горизонтальной гетерархической; экономика и общество инноваций становятся дискурсивными; необходимым условием производственного процесса и интегрирующим элементом модели инновационного производства является профессиональная социальная коммуникация.

3. Профессиональная социальная коммуникация в обществе инноваций: к вопросу классификации

Реалии дискурса инноваций диктуют новое содержательное наполнение классической социальной профессиональной коммуникации, в частности связей с общественностью как управленческой деятельности, которая реализуется по вертикальной иерархической модели. В инновационном дискурсе целью профессионалов становится управление как стратегическая функция гармонизации, поощрения и повышения креативности индивида как производителя и потребителя коммуникации, при этом задействованы не столько вертикальная иерархическая субъект-объектная коммуникация, сколько горизонтальная субъект-субъектная гетерархическая, определяющим условием эффективности становится коллаборация.

В системе связей с общественностью изменяется содержание всех понятий. Так, трансформируется базовое понятие «целевая общественность / целевая аудитория» (в условиях реализации инновационных стратегий — «население»), которое традиционно трактуется как элемент широкой общественности, интересы и ценности которой связаны с рыночной, социально-политической или иной имеющей публичный статус деятельностью субъектов. В инновационном дискурсе производство и потребление являются совместной деятельностью, следовательно, каждый индивид потенциально является частью целевой аудитории и активным ее элементом, т.е. целевой аудиторией априори становится вся общественность, что происходит впервые. Активная аудитория просьюмеров (Э. Тоффлер) оказывается уже не объектом, но равноправным субъектом коммуникации. Формируется и становится приоритетной коллаборативная модель коммуникации.

Таким образом, социальная коммуникация в сфере инноваций — это специфическая форма открытого экоэкономического гетерархического взаимодействия социальных акторов (индивидов и организаций, представляющих государственные, научные, бизнес-структуры, а также общественности), которая поддерживается профессиональными коммуникантами (связи с общественностью) с целью создания и реализации инновационного продукта / услуги.

Коммуникация в сфере инноваций (англ. Innovation Communication, «инновационная коммуникация, коммуникация в сфере инноваций»; сокращенно InCo) как направление профессиональной социальной коммуникативной деятельности жур-

налистов описана Д. Норфордсом (Центр инноваций и коммуникаций Стэнфордского университета. URL: <http://www.injo.stanford.edu/>) в конце первого десятилетия XXI в.

Отечественные специалисты по связям с общественностью Е.Б. Кузнецов и А.Б. Лапшов одними из первых определили коммуникацию в сфере инноваций как направление комплексной коммуникационной деятельности, специализированный подход и инструментарий, реализуемый с целью объединения участников инновационной деятельности, стимулирования их открытого диалога и сотрудничества для совместного производства инноваций [4]. Эксперты выделили три направления развития коммуникации в сфере инноваций, включающие четырнадцать основных практик:

– коммуникации между наукой, бизнесом и образованием, объединенными в «треугольнике знаний»: InCoUniv (англ. Innovation Communication for Universities — «коммуникации в сфере инноваций для университетов») — практика, нацеленная на то, чтобы вузы стали центрами инновационных коммуникаций, и чтобы возросло понимание важности инноваций и коммуникаций на университетском уровне; InCoSci (англ. Innovation Communication for the Scientific Society — «коммуникации в сфере инноваций для научного сообщества») — практика, нацеленная на содействие коммуникациям в сфере инноваций в научно-исследовательских учреждениях;

– InCoCorp (англ. Corporate Innovation Communication — «корпоративные коммуникации в сфере инноваций») — поощрение и реализация стратегии коммуникаций в сфере инноваций в частных компаниях, в том числе через институты развития; InCoEd (англ. Innovation Communication in Education — «инновационные коммуникации в сфере образования») — практика, нацеленная на рост понимания важности творческого потенциала и инноваций в системе просвещения и общего и профессионального образования;

– коммуникации в сфере инноваций в обществе и государстве: InCoGov (англ. Innovation Communication in Governmental Structures — «коммуникации в сфере инноваций в государственных структурах») — поощрение инноваций и коммуникаций в сфере инноваций во взаимоотношениях с государственными учреждениями всех уровней власти; InCoNGO (Innovation Communication for Nongovernmental Organizations — «коммуникации в сфере инноваций в неправительственных организациях») — практика, нацеленная на поощрение инноваций и коммуникаций в сфере инноваций

через неправительственные организации для формирования общественного мнения, развития творческого потенциала людей и их интеграции; InLoCom (англ. Innovation Communication for the Local Community — «коммуникации в сфере инноваций для местного сообщества») — развитие инновационного местного сообщества, создание открытых, прогрессивных регионов, основанных на инновациях и устойчивом развитии; InGloCom (англ. Innovation Communication for the Global Community — «коммуникации в сфере инноваций для глобального сообщества») — практика, нацеленная на интеграцию в глобальное InCo сообщество.

Инструментами коммуникаций названы: InJo (англ. Innovation Journalism — «инновационная журналистика») — поощрение инновационной журналистики и рост понимания инноваций среди журналистов, редакторов и специалистов СМИ; InCoArt (англ. Innovation Communication through Art — «коммуникации в сфере инноваций посредством искусства») — практика, нацеленная на поощрение коммуникаций в сфере инноваций среди и через представителей творческого мира; InCoWeb (англ. Innovation Communication on the Web — «коммуникации в сфере инноваций в Интернете») — использование Интернета, ресурсов веб 2.0 для стимулирования инноваций; InCoVisual (англ. Visual Innovation Communication — «визуальные коммуникации в сфере инноваций») — развитие комплексной визуальной коммуникации в сфере инноваций.

Е.Б. Кузнецов и А.Б. Лапшов относят к практикам и так называемые «актуальные темы повестки дня: HumInCo (англ. Human Innovation Communication — «психологический аспект коммуникаций в сфере инноваций») — практика, нацеленная на отражение инновационной деятельности в психологии человека, на развитие творческого потенциала; InCoEco (англ. Innovation Communication for Ecological Issues — «коммуникации в сфере инноваций в вопросах экологии») — развитие инноваций в сфере экологии».

Поскольку методологические основания предложенной выше классификации не вполне четки, предложим типологию коммуникации в сфере инноваций по объекту / предмету и аудитории: на коммуникации непосредственно экономические и их сопровождение средствами связей с общественностью, СМИ внешние и внутренние. В прогностической модели инновационного дискурса в качестве новых объектов коммуникации определим развивающие инновации учреждения науки, образования, корпорации, госучреждения всех уровней, негосударственные учреждения.

Итак, типологическая линейка профессиональной социальной коммуникации в дискурсе инноваций демонстрирует появление широкого спектра новых направлений, что подтверждает необходимость данного интегрирующего элемента в модели инноваций как обязательного.

4. Инновационные системы: русская модель

Исторически модель взаимодействия акторов в сфере инноваций описывалась линейно: «государство – бизнес – наука» (так называемый «треугольник знаний», «спираль инноваций»); интегрирующая роль отводилась либо государству (административно-командная модель), либо бизнесу (рыночная модель).

По мере развития многомерности модели инновационной коммуникации (увеличения количества источников зарождения инициативы, включения субъектов различных уровней в процесс генерирования инициативы) формируются новые характеристики общества инноваций наиболее эффективной модели, интегрирующими элементами которой становятся аудитория и профессиональные коммуниканты. Данную модель определим как гражданскую.

Гражданская модель инновационного дискурса, в отличие от административно-командной и рыночной, включает множество различных источников инициативы создания инновационных компаний в разных формах — как устойчивых компаний, так и временных коллективов: вертикальных, горизонтальных, диагональных, сущность деятельности которых заключается в коллаборации, т.е. появляются новые форматы гетерархической модели. Развитие происходит благодаря возможности коммуникационного взаимодействия, которое обеспечивают во многом профессиональные коммуниканты, оптимальными для их реализации становятся интернет-каналы.

В конце 1980-х гг. получает развитие концепция национальных инновационных систем (НИС). Ученые разрабатывали идеи Й. Шумпетера с позиций главенства конкуренции на основе инноваций и научных исследований в корпорациях как главных факторов экономической динамики; анализировали институциональный контекст инновационной деятельности; доказывали особую роль знания в экономическом развитии. К их числу могут быть отнесены: А.Б. Лундвалл, профессор университета г. Упсала, Швеция; К. Фримен, Центр изучения научной политики при Сассекском университете, Великобритания; Р. Нельсон, профессор Колумбийского университета, США. Первое систематическое изложение

этой концепции обычно относят к 1988 г., времени публикации коллективной монографии «Технический прогресс и экономическая теория».

Понятие «национальная инновационная система» впервые определено Кристофером Фримэном (Christopher Freeman) в 1987 г. как «сеть частных и государственных институтов и организаций, деятельность и взаимодействие которых приводят к возникновению, импорту, модификации и распространению новых технологий» [15, с. 155].

Национальная специфика отражает различия в распределении функций в модели инновационного производства, в «треугольнике инноваций». Например, в США функционирует так называемая калифорнийская модель, в которой ключевая роль отводится бизнесу.

Современные НИС включают в модель активную аудиторию, гражданское общество, как, например, в Финляндии, других странах Европейского союза. Так, в одном из базовых документов ЕС — «Стратегия “Европа 2020”» — выделены три приоритета: развитие экономики, основанной на знаниях и инновациях (англ. smart — «умная»); продвижение более ресурсоэффективной, более экологичной и более конкурентной экономики (англ. sustainable — «устойчивая»); создание экономики высокой занятости, обеспечивающей социальное и территориальное единство (англ. inclusive — «интегрирующая»). Сформированы многочисленные институты инновационного развития, такие как Организация экономической кооперации и развития (англ. Organization for Economic Cooperation and Development, OECD), Европейский институт инноваций и технологий (англ. European Institute of Innovation & Technology, EIT) и другие. Отметим рамочную программу исследований и инноваций «Горизонт – 2020», фиксирующую параметры взаимодействия всех участников инновационного процесса, начиная с Европарламента и заканчивая региональными властями. В 2005 г. принята так называемая «Дорожная карта ЕС — Россия» по созданию общего пространства в области исследований и образования, включая аспекты культуры.

Российская Федерация на государственном уровне заявила о создании независимой самовоспроизводящейся системы, основанной на новых технологиях, национальной инновационной экосистеме. Приняты «Основные направления политики Российской Федерации в области развития инновационной системы на период до 2010 года» (2005 г.); «Стратегии развития науки и инноваций в Российской Федерации до 2015 года» (2006 г.), где впервые была сформулирована стратегиче-

ская цель «конвейера инноваций», в частности, создание системы коммерциализации научных разработок, т.е. системы эффективного коммуницирования между всеми участниками процесса. Инновационные идеи нашли отражение в «Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года» (2008 г.); Федеральный закон от 21 июля 2011 г. N 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О науке и государственной научно-технической политике”» (ст. 2 ч. 8–12 вводит определение «инновации» и др.; глава IV.1. Государственная поддержка инновационной деятельности); Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 N 2227-р «Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года». Для нашей страны это первый опыт перехода к инновационной модели (однако у страны есть исторический опыт многочисленных модернизаций, которые заканчивались неудачно, поскольку население не было включено в процессы модернизации). Зафиксируем ряд уже существующих элементов формирующейся национальной экономической системы в России. По мнению экспертов Нью-Йоркского института экономики (2010 г.), это, во-первых, кадровый потенциал: Российская академия наук, вузы, отраслевые и ведомственные научно-исследовательские институты (НИИ), научно-исследовательские институты и опытно-конструкторские бюро предприятий; во-вторых, государственные органы, направляющие инновационную политику: комиссия при Президенте Российской Федерации по модернизации и технологическому развитию экономики России, Правительственная комиссия по высоким технологиям и инновациям, Совет при Президенте Российской Федерации по развитию информационного общества, Министерство образования и науки Российской Федерации, Министерство экономического развития, в том числе Департамент особых экономических зон и проектного финансирования, Министерство связи и массовых коммуникаций (однако, подчеркнем, ответственность за инновационную экосистему никто персонально не несет); в-третьих, формирующаяся инфраструктура поддержки инноваций: инкубаторы, особые экономические зоны (ОЭЗ), технопарки; аналог ведущих мировых инновационных центров — технополис Сколково (учебные заведения, исследовательские учреждения, инкубаторы малого бизнеса и центры НИОКР международных и российских компаний). В ходе реализации программ было начато формирование в рамках национальной инновационной системы институтов разви-

тия. В настоящее время к их числу можно отнести: фонды предпосевного (Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере — Фонд Бортника, 1994 г.) и посевного финансирования, венчурные фонды с государственным участием (Российская венчурная компания, 2006 г.; госкорпорация, теперь ОАО, «Роснано», 2007 г.), Фонд «Сколково» (2010 г.).

Государственная политика в области инноваций во многом оставалась на уровне деклараций на начальном этапе. К такому заключению пришли аналитики РА «Эксперт» в исследовании «Государственные инициативы в области инноваций» в 2011 г.

На этом же этапе развитие отечественного инновационного бизнеса также оценивалось невысоко: Россия согласно интегральному рейтингу Doing Business была в 2010 г. на 130-м месте из 183, в Индексе глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума в том же году на 63-м месте из 133. Невысокие показатели поддержки бизнесом сферы инноваций показало второе исследование инновационной активности крупного российского бизнеса «Инновационное развитие России», проведенного «Экспертом РА» (2011): почти 90 % крупнейших российских компаний оказались не готовы детально представить результаты своей инновационной деятельности. Активность госкорпораций по итогам рейтинга признана достаточно высокой. Состояние инновационного бизнеса и инновационного сообщества, по мнению экспертов, дает реальные основания для оптимизма. Позиции страны в сфере инноваций укрепляются: так, по итогам 2014 г. в рейтинге The Global Innovation Index (ГИИ) Россия заняла 49-е место и поднялась на 13 строчек по сравнению с предыдущим годом. По версии журнала Bloomberg в 2015 г. Россия заняла 14-е место (по результатам 2014 г. была на 18-м).

Аналитики «Эксперта» отмечают, что современному российскому бизнесу изначально было свойственно краткосрочное мышление, так что хотя в России появился класс предпринимателей, такое предпринимательство практически не имело отношения к долгосрочному ведению инновационного процесса, свойственному другим странам. В результате количество успешных предпринимателей и практик невелико. Выход России на мировые высокотехнологические рынки из-за неотработанных механизмов коммерциализации изобретений также проблематичен. В России достаточное количество талантливых и предприимчивых людей, однако не хватает развитой культуры предпринимательства, структур, способных оказать

поддержку и придать предпринимательству статус важной общественной функции. Одну из причин отсутствия предпринимательской культуры исследователи в итоге изучения исторических особенностей экономических институтов в России находят в том, что из-за иерархической структуры общества в экономической деятельности преобладали неэкономические мотивы, а традиции экономической свободы отсутствовали.

В прогностической матрице коммуникации в обществе инноваций ключевым элементом является активная аудитория, формирующая спрос на инновации и их потребляющая. Уровень включенности аудитории в инновационные процессы, зрелость гражданского общества позволяют говорить о формировании предпосылок для реализации стратегий инновационного развития. Эффективность модернизационных процессов, независимо от времени, когда они проходили, была обусловлена именно тем, «в какой степени в модернизационный проект были добровольно и сознательно привлечены основные социально активные группы граждан: предприниматели, научная или технократическая элита, средний класс» [1, с. 18], что выявлено в итоге исследования основных принципов модернизации в разных странах в рамках проекта «Всемирная история модернизации» журнала «Эксперт».

В настоящее время в России население как основа модернизации не задействовано, апелляция элит к широким слоям населения не реализуется. «В России пока граждане рассматриваются как потребители модернизации, а не ее участники (Такой подход плох тем, что не хватает энергии для ведения проектов, существенно то, что он не заставляет поддерживать естественно складывающиеся в стране экономические и технологические силы и тренды.) То есть план модернизации, спущенный “сверху”, означает и поддержку западных, а не отечественных моделей российского бизнеса и даже российской технократической элиты» [1, с. 27]. Еще один существенный момент для национальной модели коммуникации в инновационной сфере: активное участие индивида, личности в инновационных процессах проблематично в силу ряда национальных исторических реалий, например, в России этап модерна, где в центре общества находится человек, не был реализован, т.е. человекоориентированные концепции не были апробированы.

Специалисты Российской венчурной компании выявили ряд аспектов, значимых для быстрого развития НИС в России [4]. Основным условием развития инновационных инфраструктур является переход от использования уже имеющихся технологий и знаний к созданию системы их вос-

производства. Именно информационные инфраструктуры могут и должны создавать основу для интенсификации непосредственно процесса производства адекватных инноваций, которые могут быть воплощены в жизнь институтами развития в рамках инновационных систем.

Итак, российская инновационная система находится на стадии становления: государственная политика в области инноваций во многом остается на уровне деклараций, отечественный инновационный бизнес формируется, население как основа модернизации пока не задействовано. Условием дальнейшего развития российской НИС является стратегическое коммуникационное сопровождение процессов. Таким образом, интегрирующая функция профессионалов оказывается определяющей.

Каковы инструменты реализации инновационных коммуникативных стратегий? Наиболее адекватным может стать Интернет, продуцирующий открытые неиерархические модели коммуникации при условии его широкой доступности [8]. Базовым форматом реализации подобных стратегий может стать нетворкинг — создание и постоянная оптимизация сетевой структуры взаимодействия, например идеатора как площадка коммуникаций викиномики [12].

Европейская инновационная стратегия предполагает следующую эволюцию уровней развития интернет-коммуникации в дискурсе инноваций: по версии 1.0 это продолжение политики общего рынка, сосредоточение на образовании и развитии навыков, импульсные (англ. jump starting) возникающие отрасли промышленности, финансирование R&D (англ. research and development — букв. «исследование и разработка»), снижение нагрузки на бизнес без снижения стандартов; по версии 2.0 это поддержка открытых стандартов для развития инноваций, создание новых цифровых общественных благ для экономики знания, ревизия устаревших параметров высшего образования, поощрение социальных инноваций в общественном секторе.

Насколько реально использование Интернета на данном этапе в России? Аудитория национального сегмента Рунета растет достаточно интенсивно (70 млн пользователей, 2014 г.). Однако, по мнению иностранных экспертов, воздействие Интернета на гражданское общество в России пока нельзя назвать существенным.

Применение Интернета означает дальнейшее усиление интеграции онлайн- и офлайн-коммуникации индивидов и в целом интегративной роли Сети в дискурсе инноваций. В частности, одной из тенденций технического развития

Всемирной паутины, который, несомненно, оказывает влияние на социальную коммуникацию, становится глобальная оцифровка неодушевленных предметов, что переводит на новый уровень возможности сбора, анализа и распределения данных, которые человек может превратить в информацию и знания, и делает включение всех акторов в информационное интернет-пространство необратимым процессом (так называемый Интернет вещей, англ. The Internet of Things, IoT). Следующий этап — так называемый всеобъемлющий Интернет (англ. Internet of Everything) — означает интеллектуальное подключение в мировом масштабе людей, процессов, данных и вещей к единой сети, т.е. формирование единого интегрированного информационного пространства, что фактически является базовым условием реализации модели дискурса инноваций. (Отметим, что по расчетам консалтингового подразделения Cisco в 2015 г. количество подключенных в Сети устройств достигнет 15 млрд., к 2020 г. — 40 млрд.)

Таким образом, российская инновационная система находится на стадии становления: государственная политика в области инноваций во многом остается на уровне деклараций, отечественный инновационный бизнес формируется, население как основа модернизации не задействовано. Условием дальнейшего развития российской НИС является стратегическое коммуникационное сопровождение процессов, т.е. интегрирующая функция профессиональной социальной коммуникации оказывается определяющей. Базовой технологией реализации коммуникационных стратегий в дискурсе инноваций является Интернет, новейшие параметры его развития обеспечивают интеграцию мировых НИС, однако в Рунете пока качественный уровень взаимодействия не высок.

5. Заключение

Социоэкономический дискурс инновационной модели определяет необходимость интегрированного взаимодействия всех акторов, которые априори становятся равноправными субъектами коммуникации. Новые функции индивида, активной аудитории обуславливают системно-функциональные изменения классической матрицы взаимодействия (государство — бизнес — наука), которая становится эффективной только при условии участия населения в инновационных процессах. Для функционирования модели необходимо формирование общедоступного коммуникационного пространства, экоэкономического дискурса инноваций.

Модель коммуникации инновационного дискурса является открытой коллаборативной гетерархической. Подобную коммуникацию обеспечивает Интернет. Расширение использования интернет-коммуникации является условием реализации матриц социоэкономической коммуникации в сфере инноваций. Новейшие тенденции интегрированного использования интернет-технологий позволяют зафиксировать необратимость процессов интеграции онлайн и офлайн коммуникации.

Уровни и форматы интеграции социальной коммуникации как необходимого элемента новейшей модели дискурса инноваций, выявленные в работе, могут быть реализованы только благодаря профессиональному коммуникационному сопровождению, в первую очередь специалистами по связям с общественностью. Поскольку профессиональная социальная коммуникация в модели дискурса инноваций становится обязательным элементом во всех сферах, следовательно, связи с общественностью обретают потенциал трансформации онтологического статуса, из вида деятельности в сферу деятельности, равнозначную экономике, политике, культуре.

Российская НИС находится на стадии становления, однако имеются практические предпосылки ее развития. Расширение ареала интегрированного использования социальной коммуникации ведет к формированию инновационных практик, суть которых на данном этапе заключается в общественной коллаборации в открытом коммуникативном пространстве.

Таким образом, развитие дискурса инноваций в России имеет технические, социальные, а теперь и некоторые методологические предпосылки.

Список литературы

1. Гурова Т. Нация-предприниматель // Эксперт. 2010. № 36 (720). URL: http://expert.ru/expert/2010/36/naciya_predprimate/ (дата обращения: 18.03.2015).
2. Зубкевич Л.А. Глобализация как способ перехода к новому качеству в общественном развитии // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. Вып. 1(21). 2015. С. 5–15.
3. Ицковиц Г. Тройная спираль. Университеты – предприятия – государство. Инновация в действии // пер. с англ. под ред. А.Ф. Уварова. Томск: Изд-во Томск. гос. ун-та систем управл. и радиоэлектроники, 2010. 238 с.
4. Кузнецов Е., Лапшов А. Коммуникация в сфере инноваций // Медиаскоп. 2011. № 1. URL: <http://www.mediascope.ru> (дата обращения:

- 18.03.2015).
5. *Россия XXI века: образ желаемого завтра: доклад ИНСОР*. М., 2010. 66 с.
6. *Федеральный закон от 21 июля 2011 г. N 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон “О науке и государственной научно-технической политике”»* (ст. 2 ч. 8–12; гл. IV.1. Государственная поддержка инновационной деятельности).
7. Шилина М.Г. Интеллектуальная экономика и формирование новой предметной сферы в теории и практике общественных связей: Academic Public Relations и Scientific Public Relations // Медиаскоп. 2010. № 3. URL: <http://www.mediascope.ru> (дата обращения: 18.03.2015).
8. Шилина М.Г. Текстогенные трансформации инфосферы. Методологический эскиз становления Интернета: монография. М.: РИЦ «Северо-Восток»: НИУ ВШЭ, 2012. 748 с.
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В.С. Автономова. М.: ЭКСМО, 2007. 864 с. (Антология экономической мысли).
10. *Long-term strategic guidelines “Innovation 25”* (unofficial translation) // Government of Japan. 2007. June 1. URL: http://www.kantei.go.jp/foreign/innovation/innovation_final.pdf (дата обращения: 18.03.2015).
11. Schumpeter J.A. *The Analysis of Economic Change*. 1935; REStat.; *Introduction to Economics with Emphasis on Innovation*. Carroll, 2006.
12. Tapscott D., Williams A.D. *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*. Portfolio Trade, 2006.
13. Tapscott D., Williams A.D. *Macrowikinomics: Rebooting Business and the World*. 2010.
14. *The OECD Oslo Manual*. OECD, 1995.
15. *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan*. L.: Pinter Pub Ltd, 1987.

Получено 22.04.2015

References

1. Gurova T. [Nation-entrepreneur] *Expert* [Expert]. 2010, no 36(720). Available at: http://expert.ru/expert/2010/36/naciya_predprimate/ (Accessed 18.03.2015). (In Russian).
2. Zubkevich L.A. [Globalization as a way of transition to a new quality of social development]. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya «Filosofiya. Psihologiya. Sotsiologiya»* [Perm University Herald. Series “Philosophy. Psychology. Sociology”]. 2015, iss. 1(21), pp. 5–15. (In Russian).
3. Etkowitz H. *Trojnaya spiral’*. *Universitety-predpriyatiya-gosudarstvo. Innovatsiya v dejstvii*

- [The triple helix: university-industry-government. Innovation in action]. Tomsk, Tomsk State University of Control Systems and Radioelectronics Publ., 2010, 238 p. (In Russian).
4. Kuznetsov E., Lapshov A. [Communication in the field of innovations]. *Mediascope* [Mediascope]. Moscow, Moscow State University Faculty of Journalism Publ., 2011, no 1. Available at: <http://www.mediascope.ru> (Accessed 18.03.2015). (In Russian).
 5. *Rossiya XXI veka: obraz zhelaemogo zavtra: doklad INSOR* [The XXIst century Russia: image of a desired tomorrow: report of Institute of Contemporary development]. Moscow, 2010, 66 p. (In Russian).
 6. Federal'nyj zakon ot 21 iyulya 2011 goda № 254-FZ «O vnesenii izmenenij v Federal'nyj zakon "O nauke i gosudarstvennoj nauchno-tehnicheskoy politike"» (stat'ya 2, chasti 8-12, glava IV.1. Gosudarstvennaya podderzhka innovatsionnoj deyatel'nosti [Federal law of July 21, 2011, No 254-FZ «On amending the Federal law "On science and state policy in science and technics"»]. Article 2, parts 8-12, chapter IV.1 State support of innovative activity]. (In Russian).
 7. Shilina M.G. [Intellectual economics and formation of a new subject sphere in theory and praxis of social ties: Academic Public Relations and Scientific Public Relations]. *Mediascope* [Mediascope]. Moscow, Moscow State University Faculty of Journalism Publ., 2010, no 3. Available at: <http://www.mediascope.ru> (Accessed 18.03.2015). (In Russian).
 8. Shilina M.G. *Tekstogennye transformatsii infosfery. Metodologicheskij eskiz stanovleniya Interneta: Monografiya* [Textogeneous transformations of infosphere. Methodological sketch of the Internet foration: Monograph]. Moscow, Severo-Vostok Publ, National Research University Higher School of Economics Publ., 2012, 748 p. (In Russian).
 9. Schumpeter J. [The theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy]. *Antologiya ekonomicheskoy mysli* [Anthology of economic thoughts]. Moscow, EKSMO Publ., 2007, 864 p. (In Russian).
 10. Long-term strategic guidelines "Innovation 25" (unofficial translation) // Government of Japan. 2007. June 1. URL: http://www.kantei.go.jp/foreign/innovation/innovation_final.pdf (Accessed 18.03.2015).
 11. Schumpeter J.A. *The Analysis of Economic Change. 1935; REStat.; Introduction to Economics with Emphasis on Innovation.* Carroll, 2006.
 12. Tapscott D., Williams A.D. *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything.* Portfolio Trade, 2006.
 13. Tapscott D., Williams A.D. *Macrowikinomics: Rebooting Business and the World.* 2010.
 14. *The OECD Oslo Manual.* OECD, 1995.
 15. *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan.* L.: Pinter Pub Ltd, 1987.

The date of the manuscript receipt 22.04.2015

Об авторе

Шилина Марина Григорьевна

доктор филологических наук, доцент департамента интегрированных коммуникаций

Национальный исследовательский университет
Высшая Школа Экономики,
109028, Москва, Малый Трехсвятительский пер.,
8/2;
e-mail: marina.shilina@gmail.com

About the author

Shilina Marina Grigorievna

D.Sc. (Habilitation), Associate Professor of Integrated Communication Department

National Research University — Higher School of Economics,
8/2, Maliy Trehsvyatitelsk al., Moscow, 109028,
Russia;
e-mail: marina.shilina@gmail.com

Просьба сослаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Шилина М.Г. Интеграция социальной коммуникации в дискурсе инноваций // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2015. Вып. 2(22). С. 95–104.

Please cite this article in English as:

Shilina M.G. Integration of a social communication in innovative discourse // Perm University Herald. Series «Philosophy. Psychology. Sociology». 2015. Iss. 2(22). P. 95–104.