

Психологические детерминанты успешности инновационной деятельности

Яголковский С.Р.
Государственный университет -
Высшая школа экономики
Москва

Психологические факторы

- Креативность
- Интеллект
- Потребность в новых ощущениях
- Инновационность

Что такое инновационность?

- 1. *Инновационность*** – это способность субъекта черпать идеи извне системы и привносить их внутрь её, а также умение эффективно представлять эти идеи (Grewal, Mehta, & Kardes, 2000).
- 2. *Инновационность*** – это способность субъекта находить, принимать, адаптировать, внедрять и распространять новые идеи.

Уровни инновационности

- индивидуальный (личностный)
- групповой
- организационный
- социокультурный

Типологизация субъектов инновационной деятельности (Rogers, 1995)

- инноваторы, склонные идти на риск ради инноваций;
- ранние потребители, в целом принимающие инновации без особых задержек;
- поздние массовые потребители, представленные в основном скептиками;
- медлительные и “опоздавшие”, которые являются зачастую консерваторами.

Типологизация субъектов инновационной деятельности (Harrison & Horne, 1999)

- инноваторы, наиболее активно принимающие новые идеи и технологии;
- имитаторы, которые придерживаются веяний моды, традиций и мнения большинства;
- “повторители”, которые склонны повторять однажды сделанный выбор несколько раз.

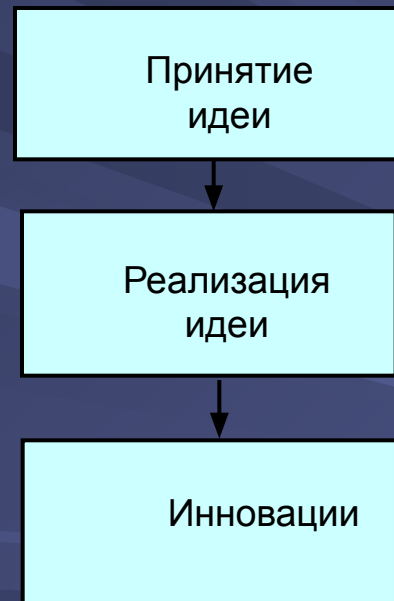
Корреляции между психологическими характеристиками

	1	2	3	4	5	6
1.Поиск ощущений	1					
2.Интеллект	.11	1				
3.Продуктивность	.2	<u>.35 *</u>	1			
4.Гибкость	.31	.22	.7**	1		
5.Оригинальность	.63	.81	.06	.14	1	
6.Инновационность	<u>.4 *</u>	-.01	.19	.09	.08	1

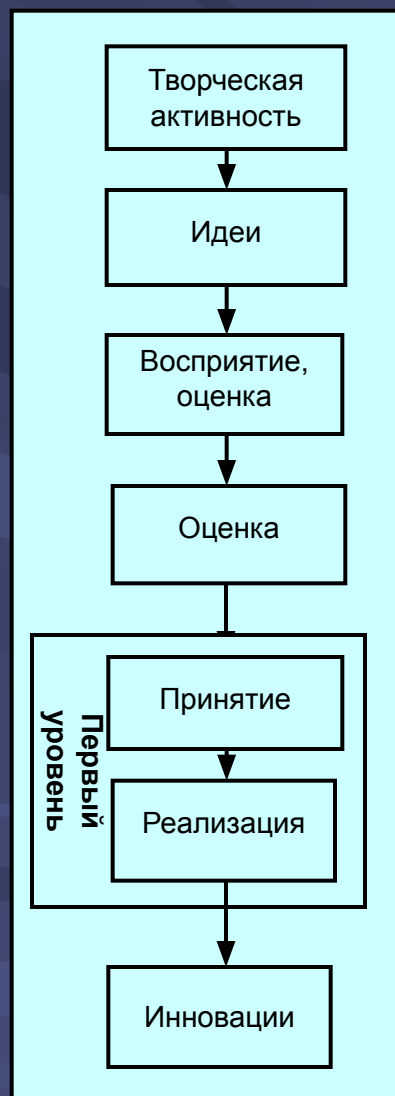
Инновационный процесс

“Инновационный процесс- это процесс преобразования научного знания в инновацию, который можно представить как последовательную цепь событий, в ходе которых инновация вызревает из идеи до конкретного продукта, технологии или услуги и распространяется при практическом использовании” [Основы инновационного менеджмента, 2000, с. 7]

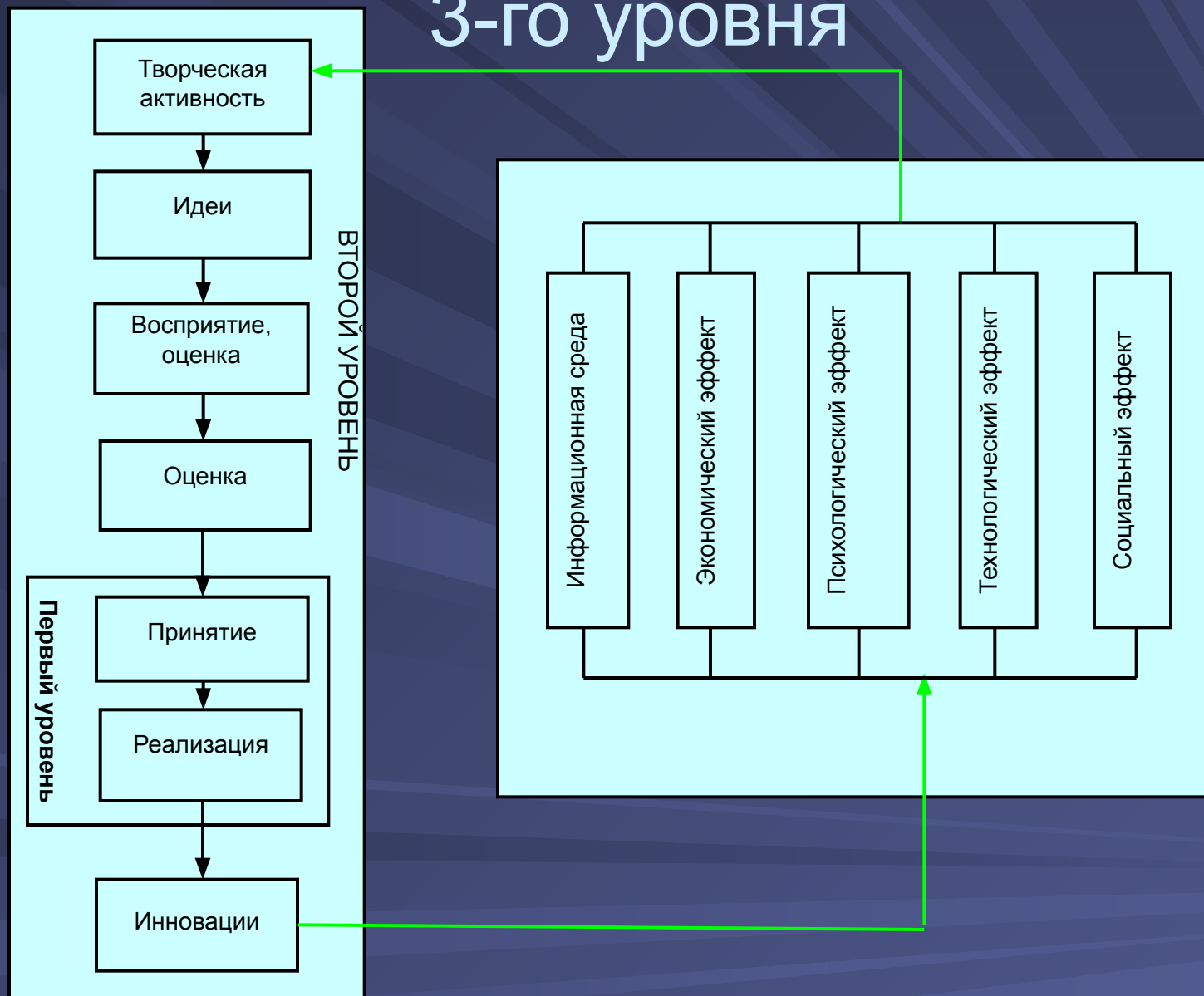
Модель инновационного процесса 1-го уровня



Модель инновационного процесса 2-го уровня



Модель инновационного процесса 3-го уровня



Сферы психологического влияния инноваций на субъекта:

- Эмоциональная
- Мотивационная
- Когнитивная

Формы эмоциональной реакции субъекта на инновации:

- возникновение ярких положительных эмоций или эмоционального подъёма;
- эмоциональное блокирование активности субъекта (связано с непониманием сущности инновации или осознанием ограниченности своих возможностей);
- возникновение негативных эмоций, связанных с новой идеей или внедрённой инновацией;
- безразличное отношение (инновации или новые идеи не вызывают эмоционального отклика у субъекта).

Формы влияния инноваций на мотивационную сферу субъекта

- **трансформирующее влияние** (субъект оказывается в ситуации, которая всячески подталкивает его к изменению основополагающих принципов его жизни);
- **стимулирующее влияние** (субъект получает такую информацию, которая подталкивает его к активной деятельности, развитию своей личности и пр.);
- **ингибирующее влияние** (инновация негативно воздействует на мотивационную сферу субъекта, снижая или вовсе уничтожая желание инициировать или продолжать запланированную деятельность);
- **амбивалентное влияние** (инновация (или информация о ней) оказывает одновременно ингибирующий эффект в одной сфере и стимулирующий – в другой).

Влияние инноваций на когнитивную сферу субъекта

Формы когнитивного обогащения:

- выделение субъектом основных принципов, лежащих в основе внедрённых инноваций, с последующим их использованием в собственной продуктивной мыслительной деятельности;
- изменение критериев оценки и отношения субъекта к своим собственным и чужим идеям;
- изменение способов достижения сформированных гностических целей, что может отражаться в выборе метода решения поставленной задачи или стилистике творческой деятельности.

Спасибо за внимание