

2. Дальнейшее укрепление «ядра» профессиональной культуры у будущих ученых происходит в магистратуре и особенно в аспирантуре. Все же на этих этапах профессиональной адаптации наблюдается формирование альтернативных профессиональных стратегий и типов мотивации.

3. У ППС «научный» фактор проявляет себя с положительным значением, в основном в стажных группах до 10 лет. Далее связь носит отрицательный характер, т.е. внутринаучная мотивация «угасает». Получается, что формирование профессиональной культуры будущих ученых генерируется в вузе, но имеет проблемный характер.

В контексте проведенного выше анализа основ стратегий профессиональной адаптации необходимо обратить внимание на то, что имеется соответствие второго фактора у студентов (внутринаучные ценности) с традиционными формами организации научного труда и, соответственно, с этосом науки. Третий фактор у студентов, на наш взгляд, выражает соответствие с зарождающимися формами организации труда технауки, где цель и средства задаются экономикой.

Аналогичная картина просматривается по группам магистрантов, аспирантов и ППС. Фактор, объединяющий внутринаучные ценности также соответствует традиционным формам научного труда и его этоса. Четвертый фактор, ориентирующий на решение народнохозяйственных проблем, вклад в науку и контакты с топ-менеджерами, соответствует тенденциям технауки. Характерно, что статистическая выраженность этого фактора снижается по мере адаптации и профессионализации его носителей в условиях традиционных структур.

Таким образом, мотивационная сфера не только гибко и универсально отражает специфику адаптационного процесса, но и выступает его важнейшей детерминацией.

#### Литература

1. *Степин, В.С.* Наука, образование и проблемы новой модернизации / В.С. Степин // Социология. — 2012. — № 3. — С. 54–59.

*Статья поступила в редакцию 26.12.2013 г.*

**В.К. Лукашевич**

*доктор философских наук, профессор*

**М.В. Зубко**

*кандидат философских наук, доцент*

**И.Е. Киселев**

*кандидат философских наук, доцент*

*БГЭУ (Минск)*

**КАДРОВЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ  
БЕЛАРУСЬ :  
СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ДАННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ОПРОСОВ)**

*На основе результатов анкетных опросов работников ОАО «Белкоммунмаш» и специалистов различных отраслей и секторов экономики, проходящих повышение квалификации и переобучение в УО «Белорусский государственный экономический университет», выявлены особенности формирования и функционирования кадрового потенциала инновационного развития Республики Беларусь под воздействием социально-психологических факторов.*

*Based on the results of the questionnaires of employees of the enterprise «Belkommunmash» and specialists of different branches and sectors of the economy who receive training and re-education in the Byelorussian State Economic University were identified features of formation and functioning personnel resource of innovation development of the Republic of Belarus under the influence of socio-psychological factors.*

Инновационная деятельность в разных странах и на разных этапах развития имеет свою специфику, которая определяется различиями экономических и финансовых условий, законодательной базы, региональными особенностями. Эти факторы изучены достаточно неплохо, но весьма слабо разработаны социокультурные и социально-психологические факторы. Особенно важно их исследование с точки зрения формирования и функционирования человеческого (кадрового) потенциала инновационного развития Беларуси в условиях формирования постиндустриального (неоиндустриального) общества. Человеческий (кадровый) потенциал, который в широком смысле характеризует способность субъекта к освоению, переработке и использованию нового, является основой, ядром, движущей силой инновационных преобразований в стране. По сути дела ее инновационное будущее определяется уровнем квалификации, образования, подготовленности, компетенций работников.

При этом важное значение имеет учет социально-психологических факторов, национальной психологии, менталитета населения, которые не прямо, но существенно воздействуют на инновационные процессы в обществе. Они выступают как их своеобразные предпосылочные и сопутствующие факторы.

В этом плане можно выделить 5 групп социально-психологических явлений:

1. Этноментальные явления, связанные с этническими особенностями той или иной нации, национальным характером, особенностями национального психического склада, менталитета населения.

2. Социально-психологические свойства, мобилизующие людей на наиболее существенные виды деятельности: потребности, интересы, чаяния, цели, воля.

3. Социально-психологические состояния, носящие чувственно-эмоциональный характер. Сюда можно отнести чувства, эмоции, страсти, настроения, мнения, предрассудки, иллюзии, мифы.

4. Устойчивые социально-психологические формы и продукты человеческой деятельности, материализованные и закрепленные в реальном поведении. Они включают в себя привычки, обычаи, нравы, ритуалы, традиции. Эти элементы выражают в концентрированном виде общепринятый порядок социального поведения и отношений, являясь инвариантными образованиями, и пронизывают всю систему социальной жизни людей.

5. Социально-психологические процессы, свойственные различным формам непосредственного общения людей, которые выражаются в подражании, внушении, заражении, убеждениях, моде.

Среди вышперечисленных явлений необходимо в первую очередь выделить менталитет. Эта категория является наименее разработанной в науке, нечетко определены составляющие ее признаки и показатели, что в свою очередь затрудняет ее операционализацию. Пока данная категория в большей мере носит описательный характер и используется журналистами, этнографами и этнологами. Несмотря на некоторую нечеткость и расплывчатость признаков и

показателей, данное явление можно рассматривать как важный глубинный фактор, влияющий на инновационное поведение человека.

Существуют разные определения менталитета. Например, «Словарь современной западной философии» определяет менталитет как «глубинный уровень коллективного и индивидуального сознания, включающий и бессознательное, совокупность готовностей, установок и предрасположенностей индивида или социальной группы действовать, мыслить, чувствовать и воспринимать мир определенным образом. Менталитет формируется в зависимости от традиций, культуры, социальных структур и всей среды обитания и сам, в свою очередь, их формирует, выступая как порождающее сознание, как трудно определимый исток культурно-исторической динамики» [1, с. 176].

Определяют это понятие и как «совокупность умственных навыков, духовных установок и культурных традиций, присущих отдельному человеку или человеческой общности» [2, с. 134].

Некоторые авторы отождествляют понятия «ментальность» и «менталитет», другие их разграничивают, например И.Е. Ширшов, который рассматривает ментальность как противоположную менталитету, уравнивающую его форму коллективного предсознательного [3, с. 98].

Наблюдаются попытки рассмотрения менталитета во взаимосвязи с такими еще недостаточно разработанными социальными характеристиками, как социокультурный код, историческая память. Национальный менталитет пытаются рассматривать в сопоставлении с национальными чертами, особенностями, ментальными характеристиками других народов, по принципу «мы» и «они». Такой подход тоже по-своему интересен, так как позволяет для «расшифровки» социокультурного кода соотечественников понять, с кем они себя в наибольшей степени самоидентифицируют, а кому и по каким качествам себя противопоставляют [4, с. 36].

Если говорить конкретно о белорусском сообществе, то практически все исследователи отмечают наличие у населения таких качеств, как высокий уровень образованности и широкий культурный кругозор, которые являются стимулом для инновационной деятельности. Но в то же время некоторые обусловленные исторически качества белорусов, не позволяют отнести их к инновационно-ориентированной нации.

Для белорусов всегда была характерна повышенная адаптационная способность к неблагоприятным социальным условиям, катаклизмам, войнам. Это сформировало у населения определенную выдержку, стремление решать вопросы мирным путем, не прибегая к насилию. Польский политический деятель Ю. Мархлевский в начале XX в. писал, что белорусам свойственно «инстинктивное недоверие к любой перемене» [5]. Думается, его оценка весьма симптоматична и многое объясняет в нашей сегодняшней жизни.

Можно назвать следующие национально-психологические характеристики белорусов: гостеприимство, трудолюбие, законопослушание, толерантность, совесть, сострадание и сердечность в отношениях между людьми. Это положительные черты белорусского национального характера. Вместе с тем отмечают такие отрицательные качества, как неточность и необязательность, заниженное стремление к проявлению индивидуальности, слабо развитое чувство локтя [4].

Не способствуют активной инновационной деятельности и такие черты, также характеризующие белорусский менталитет, как рассудительность, сдержанность и скромность. В значительной степени наличием этих качеств можно объяснить поведение среднестатистического белоруса как покупателя: при выборе товара или услуги он чаще всего руководствуется низкой ценой, переплачивать за дорогостоящие технические новинки согласятся немногие.

Несмотря на определенные общие национально-психологические черты белорусов, имеются и специфические особенности в историческом, политическом плане, что, несомненно, наложило отпечаток на социокультурное и экономическое развитие Беларуси. Дело в том, что Беларусь не является столь однородной, как это может показаться на первый взгляд. Здесь можно выделить несколько регионов, социально-культурные различия которых имеют определенные особенности, например, Восточная и Западная Беларусь, регион белорусского Полесья. В связи с этим некоторые авторы (А.Ф. Рогалев, И.Е. Ширшов) говорят о взаимодействии трех менталитетов: пассионарного белорусо-литвинского, конформного белорусо-русинского и промежуточного белорусо-полесского. Подобная градация менталитетов пока носит описательный характер, но позволяет более дифференцированно подойти к анализу экономического поведения и пониманию инновационного потенциала в различных регионах Беларуси.

Проведенный авторами данной публикации в сентябре 2013 г. анкетный опрос специалистов разных отраслей, повышающих квалификацию в системе постдипломного образования (опрошено 131 человек, из которых 38,2 % — госслужащие, 61,8 % — магистранты), позволил получить эмпирическую информацию, подтверждающую некоторые выводы, сделанные относительно необходимых для эффективной инновационной деятельности человеческих качеств и используемых для формирования их механизмов.

Так, в перечне качеств, которые делают человека активным участником или сторонником инноваций, опрошенные назвали (по мере убывания): инициативность (94,6 %), высокий интеллект (93,9 %), лидерство (90,9 %), организаторские способности (89,3 %), широкий кругозор (86,3 %), стремление выделиться, быть яркой личностью (79,4 %), решительность (77,0 %), коммуникабельность (77,0 %), ответственность (71,8 %). К качествам, которые делают человека пассивным сторонником инноваций или даже их противником, большинство респондентов отнесли толерантность, выносливость, удовлетворенность жизнью, рассудительность, скромность, желание быть как все.

При этом, отвечая на вопрос «в какой степени перечисленные качества присущи белорусскому этносу?», большинство респондентов назвали качества, которые не относятся к инновационным (см. таблицу).

Мнение респондентов о присущих белорусскому этносу качествах

	Присуще большинству людей	Присуще незначительной части людей	Встречаются крайне редко	Не встречаются	Не отвечали
1. Высокий интеллект	22,9	53,4	13,7	—	9,9
2. Широкий культурный кругозор	6,9	62,9	19,8	1,5	9,2
3. Толерантность	56,5	28,2	6,1	1,5	7,6
4. Выносливость	64,1	22,1	6,1	—	7,7
5. Ответственность	23,7	55,7	111,5	1,5	7,7
6. Инициативность	2,3	38,2	49,6	2,3	7,7
7. Лидерство	3,8	42,7	41,2	0,8	11,4
8. Удовлетворенность жизнью	4,6	36,6	45,0	5,3	7,4
9. Недовольство жизнью	47,3	30,5	11,5	0,8	10,0
10. Рассудительность	25,2	51,1	13,0	1,5	9,1
11. Решительность	4,6	45,0	38,9	3,8	7,6
12. Сдержанность	38,2	46,6	8,4	0,8	6,1
13. Скромность	37,4	45,0	11,5	1,5	4,6
14. Коммуникабельность	26,7	51,1	13,0	—	9,1
15. Организаторские способности	4,6	49,6	38,2	—	7,7
16. Стремление выделиться, быть яркой	6,9	43,5	42,0	—	7,7

личностью					
17. Желание быть как все, не выделяться	64,9	21,4	6,1	7,6	—

Интерес представляют две позиции.

В рамках первой позиции («присущие большинству людей») наиболее представлены качества: 1) желание быть как все — 64,9 %; 2) выносливость — 64,1 %; 3) толерантность — 56,5 %; 4) недовольство жизнью — 47,3 %; 5) скромность — 37,4 %.

В рамках второй («встречаются крайне редко») наибольший процент получили следующие качества: 1) инициативность — 49,6 %; 2) удовлетворенность жизнью — 45 %; 3) стремление выделиться, быть яркой личностью — 42 %; 4) лидерство — 41,2 %; 5) организаторские способности — 38,2 %.

Как следует из приведенных данных, по мнению большинства опрошенных, инновационные качества представлены в белорусском этносе достаточно слабо.

В то же время основная масса респондентов отнесли себя к сторонникам инноваций: 2,3 % назвали активными участниками инноваций; 61,8 % — активными сторонниками; еще 31,3 % — пассивными сторонниками. При этом 2,3 % ответили, что являются авторами или организаторами инновационных проектов, еще 9,9 % — что участвуют в инновационных проектах как исполнители, а 66,4 % — что не участвуют, но хотели бы участвовать. Только 10,7 % заявили, что не участвуют и не имеют желания участвовать в инновационных проектах. Причем у госслужащих этот показатель составил 16,0 %, против 7,4 % у магистрантов.

Различие между актуальными и потенциальными инноваторами достаточно большое, т.е. люди на словах признают необходимость и важность инноваций в тех или иных сферах, но реально участвует в инновационной деятельности весьма небольшой процент (12,2 %).

Подобная картина наблюдалась и в исследовании 2012 г.<sup>1</sup>, где 28,3 % респондентов ответили, что принимают участие в различных формах инновационной деятельности: 21,7 % — как один из исполнителей, 6,6 % — как один из авторов или организаторов инновационных проектов. Ответили, что не участвуют, но хотели бы участвовать в инновационной деятельности 66,4 %. Эти цифры говорят о том, что многие люди еще не нашли свое место в инновационной деятельности и представляют собой определенный резерв будущих инновационных преобразований, которым необходимо только разумно распорядится и максимально использовать.

Важным механизмом, определяющим желание работника участвовать в инновационной деятельности, является наличие у него соответствующей мотивации.

На индивидуальном уровне мотивами к участию в инновационной деятельности могут стать: желание реализовать свои личные цели (улучшить свое материальное положение или повысить свой социальный статус, приобрести новые знания и опыт и т.п.); осознание общественной значимости выполняемой работы или чувство долга; желание действовать совместно с другими людьми; неудовлетворенность существующим положением дел и желание перемен; интерес к техническому творчеству и т.д.

В подавляющем большинстве публикаций по данной проблематике подчеркивается, что в силу специфики инновационной деятельности (имеется в виду прежде всего то, что это творческая, рискованная деятельность, требующая мобилизации профессиональных и личностных качеств человека), более эффективной является не внешняя, а внутренняя, не экономическая, а

<sup>1</sup> Социологический опрос работников ОАО «Белкоммунмаш» (123 человека) и специалистов различных отраслей и секторов экономики, проходящих повышение квалификации или переобучение в Белорусском государственном экономическом университете (209 человек).

нравственно-психологическая мотивация, а также то, что с переходом общества на постиндустриальную стадию развития происходит замена внешних целей и задач внутренними, экономической мотивации — неэкономической (нравственно-психологической, связанной с процессами творчества и самореализации).

Что касается замены экономической мотивации неэкономической, то для большинства людей это возможно только в отдаленной перспективе. В обществе, где основным критерием социального статуса и престижности человека признается экономический успех, говорить о том, что материальный стимул перестал быть определяющим, преждевременно, а игнорирование экономической составляющей инновационной деятельности, наоборот, может негативно сказаться на ее результатах.

Преобладание неэкономической мотивации можно наблюдать сегодня только у авторов инновационных идей, которые, если строго использовать принятую терминологию, к инноваторам не относятся. Тот, кто вносит новые идеи в какой-нибудь области, кто создал новшество, называется новатором или генератором идей. Мотивы его деятельности могут быть самыми разными: желание принести пользу обществу, страсть к изобретательству, тщеславие и др. Инноватор — это тот, кто использует идеи для получения коммерческого результата. Новатором и инноватором может быть один и тот же человек, то есть автор инновационной идеи сам организует работу по ее трансформации в рыночный продукт или услугу, но в этом случае происходит смена и его ролевых функций, и мотивации его деятельности.

#### Литература

1. Словарь современной западной философии. — М., 1991.
2. *Азимов, Э.Г.* Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / *Э.Г. Азимов, А.Н. Шукин.* — М.: ИКАР, 2009.
3. *Ширшов, И.Е.* Проблема взаимодействия белорусо-русского менталитетов / *И.Е. Ширшов, Л.В. Ширшова* // *Философское наследие Беларуси как духовная основа самоидентификации нации: материалы междунар. науч. конф., Минск, 8–9 нояб. 2007 г.* / науч. ред. *В.Н. Новиков, А.А. Лазаревич, И.Д. Карпенко*; Ин-т философии НАН Беларуси. — Минск: Право и экономика, 2007.
4. *Кириенко, В.В.* Белорусская ментальность: истоки. Современность, перспективы / *В.В. Кириенко.* — Гомель: ГГТУ, 2009.
5. *Фурман, Д.* Белорусское самосознание и белорусская политика / *Д. Фурман, О. Буховец* // *Свободная мысль.* — 1996. — № 1. — С. 57–75.

*Статья поступила в редакцию 26.12.2013 г.*

**Л.П. Павлова**  
кандидат педагогических наук, доцент  
Бобруйский филиал БГЭУ (Бобруйск)

**КОММУНИКАТИВНАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ И ЕЕ РОЛЬ  
В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА**