



5. Fromm E. Die Furcht vor der Freiheit. *Stuttgart*, 1941. 257 p. (Russ.ed.: Fromm E. Begstvo ot svobody / per. G. F. Shveynika. Moscow, 2011. 288 p.)
6. Slobodchikov V. I., Isaev E. I. *Psikhologiya cheloveka* (Psychology of the person). Moscow, 1995. 384 p.
7. Ananyev B. G. *Chelovek kak predmet poznaniya* (Person as knowledge subjekt). St.-Petersburg, 2001. 288 p.
8. Yung K. G. Zur Psychologie und Pathologie sogenannter occulter Phanomene. Leipzig. 1902. 43 p. (Russ.ed.: Yung K. G. *Sobranie sochineniy. Psikhologiya bessoznatelnogo* / per. s nem. V. M. Bakuseva, A. V. Krichevskogo. Moscow, 1996. 320 p.
9. Bozhovich L. I. *Problemy formirovaniya lichnosti* (Problems of formation of the personality). Moscow. 2008. 612 p.
10. Semenov M. Yu. *Osobennosti otnosheniya k dengam u lyudej s raznym urovnem lichnostnoy zrelosti : dis. ... kand. psikhol. nauk* (Features of an otnoksheniye to money at people with different level of a personal maturity: p.d. dissertachion psychology science). Yaroslavl, 2004. 178 p.
11. Allport G. W. *Becoming: Basic Considerations for a Psychology of Personality*. New Haven, 1955. 221 p. (Russ.ed.: Allport G. W. *Stanovlenie lichnosti : izbr. tr.* Moscow, 2002. 234 p.).
12. Docenko E. L. *Psikhologiya lichnosti* (Psychology of person). Tyumen, 2009. 512 p.
13. Vygotskiy L. S. *Psikhologiya* (Psychology). Moscow, 2000. 1008 p.
14. Vygotskiy L. S. *Konkretnaya psikhologiya cheloveka* (Specific psychology of the person). *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 14. Psikhologiya* (The Moscow University Herald. Series 14. Psychology), 1986, no. 1, pp. 52–65.
15. Asmolov A. G. *Psikhologiya lichnosti: kulturno-istoricheskoye ponimanie razvitiya cheloveka* (Psychology of the personality: cultural and historical understanding of development of the person). 3-e izd., ispr. i dop. Moscow, 2007. 528 p.
16. Rubinshteyn S. L. *Chelovek i mir* (Person and World). Moscow, 1997. 463 p.

УДК 159.9:78

КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК

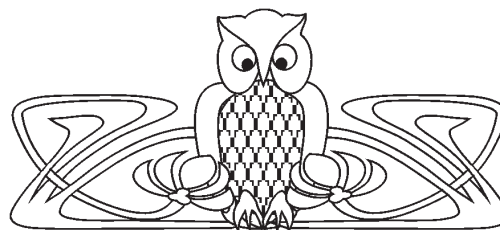
Пантелеев Александр Федорович

кандидат психологических наук,
доцент кафедры общей и социальной психологии,
Саратовский государственный университет
E-mail: afp45@mail.ru

В работе показано, что реализация определенной когнитивной стратегии в ситуации экономического взаимодействия связана с профессиональной успешностью субъекта. Использование основных положений институциональной теории транзакционных издержек совместно с когнитивным подходом позволило предположить, что сокращение таких издержек связано с когнитивной стратегией углубления. Результаты исследования не противоречат предположению. Методика оценки экономического взаимодействия субъекта может быть использована при разработке системы мероприятий по повышению эффективности продаж, профессиональном отборе персонала.

Ключевые слова: когнитивная стратегия, транзакционная издержка, профессиональная успешность, экономическое взаимодействие.

Один из вариантов не только анализа, но и разработки методик профессионального роста субъектов экономической деятельности связывается нами с обращением к экономической теории, в частности к одному из получивших развитие в последние десятилетия направлений, неинституциональной экономической теории. Именно экономика во многом определяет раз-



витие общества в целом и личности человека как члена этого общества. В качестве иллюстрации можно привести пример из опубликованной копии инструкции по распознаванию шпионов, составленной в тридцатые годы прошлого столетия практиками НКВД. В документе одним из признаков, по которым человек идентифицировался как шпион, была названа качественная работа: «Выработанная привычка на производстве работать хорошо (за границей плохая работа хозяину не нужна)» [1]. Хорошо работать – это и экономическая характеристика личности.

Обращение к методам экономического анализа становится тем более оправданным, чем в большей степени материальные ценности становятся ведущими в отношениях между людьми и доминирующими в общественном сознании. Траектория изменения структуры доминирующих ценностей такова, что ценности потребления материального продукта становятся преобладающими: развивается общество потребления, причем потребления материального (а не духовного) продукта.



Экономическое развитие связано с конкурентными отношениями, ограничения конкуренции рано или поздно ведут к прекращению развития и экономики, и общества в целом. Участие человека в экономической конкуренции открывает путь для интериоризации соответствующих действий и создает основу для формирования определенной экономической личности. Еще одним основанием для применения экономического анализа в психологических целях служит фундаментальный факт человеческой жизни: ценности это то, что имеет цену. Человек платит за всё, формы и средства оплаты могут быть различными, но платить (расплачиваться) тем не менее приходится. В связи со сказанным выше возникает возможность использовать экономическое моделирование психологических реалий. То, чем человек владеет, – результативная сторона его когнитивной жизни, учения. Целью моделирования служит выявление сходных и одновременно с этим гетерогенных особенностей учения и основных экономических характеристик социума, в рамках которого происходит накопление (или изменение имеющейся) информации. В рассматриваемом нами случае речь идет о когнитивной стороне экономической деятельности субъекта.

В качестве модельного отношения, в понимании этого термина по М. Вартофскому [2], предлагается имеющее аналогию с экономическими реалиями и характерное для поведения и деятельности субъекта наличие обмена и цены подлежащего обмену содержания, конкурентных отношений, в том числе и возникающих в ходе коллективного обучения транзакционных издержек. Моделирование предполагает необходимость выделения общих и релевантных в отношении цели моделирования определенных свойств (экономического) взаимодействия, с одной стороны, и учения, с другой. В перечень этих свойств предполагается включить такие как необходимость социального взаимодействия, наличие издержек, конкурентный характер взаимоотношений.

Одна из методологических опасностей, возникающих на пути реализации этого подхода, заключена в том, что Б. П. Вышеславцевым названо спекуляцией на понижение [3, с. 698]. Смысл спекуляции состоит, во-первых, в попытке сведения высших категорий к низшим, что недопустимо, потому что высшая категория есть новое качество бытия, и, во-вторых, в связи с нарушением закона иерархии ценностей, согласно которому высшую ценность нельзя предпочесть низшей. Следует заметить, что реализация психолого-экономического подхода не связана с изменением приоритетного характера

одних категорий в сравнении с другими. Любое экономическое взаимодействие имеет некоторый результат, который не сводится к тому, что может быть обозначено как отражение ценностей высшего (или низшего) порядка, поскольку в нем «растворены» все ценности, которые имели отношение и к появлению продукта, и к самому продукту, и процессу экономического взаимодействия. Любой продукт наряду с собственно материальной ценностью является и ценностью культурной, при анализе многое зависит от того, какой аспект анализа избран. При психолого-экономическом подходе целью анализа служит происходящее в результате социального взаимодействия изменение когнитивных характеристик личности, а не объяснение этих изменений исключительно материальными причинами, помимо этого иерархия ценностей не нарушается, она является фигурой умолчания.

Необходимо выделить ряд ограничений использования экономической модели для анализа процессов учения. Первое из них состоит в том, что в соответствии с традициями экономической науки следует исходить из понятия ожидаемой полезности как основного постулата поведения. В интерпретации Д. Норта [4] модель индивидуального поведения человека содержит в себе допущения общепринятой теории потребления. Предполагается, что поведенческий выбор доступен для адекватного описания ситуации и что одинаковые ситуации приведут к одинаковому выбору. Помимо этого ожидаемая полезность сопряжена с применением (даже необходимостью) рациональной оценки полного набора возможностей. Результаты выбора имеют свойства транзитивности, т.е. предпочтение одного объекта другому и предпочтение этого другого третьему означает предпочтение первого объекта третьему. Следует отметить, что в психологическом плане транзитивность предполагает равноценность, она возможна при условии либо абстрагирования от содержания предпочтений, либо при абсолютном сходстве предпочитаемых объектов по какому-либо параметру. Необходимо заметить также, что экономический подход к анализу поведения тяготеет к классической логике, в то время как психология учитывает и специфику паранепротиворечивой логики.

Второе ограничение состоит в том, что экономический подход отражает лишь одну, хотя и очень важную, сторону поведения человека, связанную с удовлетворением материальных (или материализованных) потребностей, духовная сфера большей частью оказывается за пределами анализа, о её состоянии можно судить лишь по косвенным признакам (однако заметим, что выделены и транзакционные издержки).



При психологическом анализе применение знаний о психологических закономерностях учения сталкивается с проблемой ограничений, которые так или иначе влияют на понимание характера проявления этих закономерностей в реальности. Это неизбежно, и тем не менее ограничения часто являются фигурой умолчания. Данная проблема в психологии рассмотрена недостаточно, поэтому подход с позиций институциональной экономики перспективен. Различие между экономическим и психологическим подходом к описанию поведения человека состоит в том, что экономика описывает внешние, средовые ограничения в поведении, психология – внутренние механизмы регуляции этого поведения. Сочетание экономики и психологии раскрывает перспективу более глубокого понимания роли внешних (экономических) факторов поведения как источников регуляции поведения и деятельности.

В отечественной психологии принято положение о единстве процесса формирования личности как профессионала и профессионала как личности и активного субъекта жизнедеятельности. Наличие профессионализма как условие экономической эффективности означает наличие ряда компетенций. Дж. Равен первым компонентом компетенции назвал внутренне мотивированные характеристики, связанные с системой личных ценностей [5]. Т. Ю. Базаров рассматривает компетенции как требования, предъявляемые должностью, успешностью выполняемой работы, а также как интегральную качественную характеристику субъекта [6]. Входящие в эту характеристику качества сочетают в себе знания, профессиональные навыки и типологические особенности субъекта, причем представление о компетенции связывается с организационно-деятельностным контекстом. Тем самым признается факт зависимости компетенции как от условий, в которых она актуализируется, так и от деятельности и соответствующей мотивации.

Одним из маркеров профессионализма является наличие профессионального мышления, другими – профессиональные интеллект и культура, которые формируются в ходе учения и деятельности. Как отмечалось Дж. Брунером, в процессе обучения необходимо развивать мышление человека таким образом, чтобы он мог вносить в культуру нечто собственное, тем самым создавая свою собственную культуру [7]. Идеи Дж. Брунера позволяют раскрыть роль феномена самоинициации мышления в профессиональном становлении. Выявление новых сторон объекта в процессе познания невозможно без самопостановки вопроса: именно

поставленный субъектом перед собой вопрос служит «пусковым механизмом» процесса мышления, реализации определенной когнитивной стратегии. Отсутствие вопроса означает, что реализация когнитивной стратегии углубления становится невозможной. Если мотивация оказалась неисчерпанной, то реализуется когнитивная стратегия расширения, вопросы ставятся с иных позиций, с выходом за рамки основной проблемы [8]. Схематично переход от одной стратегии к другой можно обозначить так: не «почему это так?», а «что еще?». Связанная с вопросом «почему это так?» конкретизация зоны поиска приемлемого решения возможна, в том числе, и за счет институциональных ограничений. Они, согласно теории Д. Норта, позволяют снизить роль фактора неопределенности в транзакции с помощью установления устойчивой структуры взаимодействия между людьми, т.е. институциональные ограничения способны оказать существенное влияние на тип реализуемой когнитивной стратегии. Отдельной проблемой, возникающей при использовании понятия когнитивной стратегии, является психологическая реальность самой стратегии. Дж. Брунер утверждал, что стратегия выводится экспериментатором исходя из объективного наблюдения за процессом [7, с. 136]. С этим трудно не согласиться, поскольку испытуемый в ситуации принятия решения вряд ли акцентирует внимание на той или иной стратегии, нужно ли ему идти «вглубь» или «вширь», – ход познавательного процесса диктуется сложившейся ситуацией, личностными предпочтениями, функциональным состоянием и множеством других факторов. Однако субъект, в итоге, прибегает к той или иной стратегии, произвольной или спонтанной смене стратегий – в этом и состоит её психологическая реальность. Движение вглубь не отменяет движения вширь, но и не заменяет его.

В ряде понятий институциональной экономической теории особое место занимает понятие транзакционной издержки. Входящий в него терминологический концепт «транзакция» по смыслу близок к концепту «взаимодействие». Существует отличие транзакции от понятия «операция»: операция имеет предметный характер, т.е. взаимодействие происходит по типу «субъект – объект», транзакция, напротив, совершается на межсубъектном уровне, и формула «субъект – субъект» в данном случае более приемлема. Транзакция квалифицируется как эффективная, если выбранная участниками форма взаимодействия имеет наименьшую сумму транзакционных издержек. Транзакционные издержки носят косвенный характер, их характеризуют как сопряженные затраты, расходы.



В институциональной экономике выделены основные виды транзакционных издержек: 1) информационные – затраты на поиск необходимой информации в связи с предстоящим взаимодействием; 2) ведения переговоров, которые часто являются издержками понимания (точнее, непонимания), причиной может послужить взаимное несоответствие ожиданий в ситуации экономического взаимодействия и несоответствие компетенций сторон транзакции; 3) измерения, состоящие в том, что подготовка персонала контролируется несовершенным инструментариумом. Приведем в качестве примера сравнение данных, полученных В. А. Лефевром по одной паре утверждений, с полученными нами. В ходе кросскультурного исследования испытуемым предлагалось выразить согласие (или несогласие) с утверждениями: «1. Можно послать шпаргалку, чтобы помочь близкому другу на конкурсном экзамене. 2. Нельзя посылать шпаргалку, даже чтобы помочь другу на конкурсном экзамене». В. А. Лефевром выявлено, что согласие с первым утверждением выразили 62% испытуемых из числа наших соотечественников и лишь 8% из числа граждан, постоянно проживающих в США; согласие со вторым – 90,3% жителей США и 37,5% наших соотечественников [9, с. 58]. В нашем с Е. И. Аникиной исследовании с первым из утверждений согласились 85,6% испытуемых, со вторым, соответственно, 14,4%. В роли испытуемых выступили 100 студентов; 4) издержки спецификации и защиты прав собственности: с целью интерпретации данного вида издержек следует выделить то, что связано совестью. Д. С. Лихачев назвал совесть стражем внутренней свободы: «...её назначение в том, что она защищает человека от тех внешних сил, которые его поработают, и вносят в его внутренний мир дисгармонию <...> Культура расширяет и обогащает “пространство совести”» [10, с. 7]. Совесть лежит в пространстве неформальных норм, которые формируются медленно и не могут быть изменены одновременно; 5) издержки оппортунистического поведения – латентный элемент транзакционных издержек. О. И. Уильмсон определяет оппортунистическое поведение как источник поведенческой неопределенности: «В общем случае оппортунизм означает предоставление неполной или искаженной информации <...> Он обуславливает возникновение действительной или мнимой информационной асимметрии, которая существенно усложняет задачи экономической организации» [11, с. 43].

Экономические отношения предполагают выход на нужный для их продолжения уровень

рентабельности. В условиях конкурентных отношений выигрывает тот, кто способен получить большую прибыль при меньших издержках, поэтому оппортунистическое поведение представляется неизбежным. Н. Джорджеску-Реген отмечает, что происходящее в экономической сфере деятельности связано с такими явлениями, которые не связаны с использованием заранее заданных средств и определенными нормами поведения: «...напротив, эти явления со всей очевидностью свидетельствуют о том, что во всех обществах типичный индивид постоянно преследует также цель, которая не укладывается в рамки стандартной схемы: приращение того, что ему принадлежит <...> Именно преследование этой цели делает индивида истинным субъектом экономического процесса» [12, с. 319–320]. Признается тот факт, что работа по стандартным схемам выводит субъекта за пределы экономических отношений. Можно утверждать, что данная транзакционная издержка является атрибутом экономических отношений, и проблема состоит не в её наличии или отсутствии, а в действенности институциональных ограничений.

С целью выявления роли когнитивных стратегий в реальных экономических отношениях была разработана методика и с участием М. А. Кузнецовой проведено исследование группы сотрудников одной из компаний сотовой связи г. Саратова. Необходимо было выявить наличие (или отсутствие) взаимосвязи между обычной для профессиональной деятельности конкретного продавца когнитивной стратегией и экономической результативностью. Последнее определялось как процент продаж выше или существенно ниже среднего уровня, в зависимости от профессиональных возможностей продавца, его опыта, компетенции и т.п.

Продавцам салонов сотовой связи было предложено нарисовать портрет «идеального покупателя»; продавцы – мужчины и женщины в возрасте до 35 лет, имеющие стаж работы в данной профессии не менее 3 лет. Покупателям также предлагалось нарисовать портрет «идеального продавца» салона сотовой связи. Наряду с анализом рисунков проводились наблюдения за работой продавцов, выяснялись их перспективные намерения, проводился анкетный опрос. Продавцы имеют когнитивную схему – сложившееся представление о том, каким они хотели бы видеть идеального покупателя, покупатель также имеет свое собственное представление о том, каким они хотели бы видеть идеального продавца. Выявление характера согласования/рассогласования когнитивных схем позволяет дать оценку объема



транзакционных издержек, сопровождающих данное экономическое взаимодействие, наметить пути их оптимизации.

Анализ ответов на вопросы и рисунков, сделанных покупателями, показал, что идеальный продавец – это вежливый, активно рассказывающий о предлагаемых услугах сотовой связи, хорошо и аккуратно одетый молодой человек или молодая девушка: он не агрессивен, отсутствует излишняя напористость и назойливость, интеллеktуален и хорошо говорит.

Идеальный покупатель, как показывает анализ ответов на вопросы и сделанных продавцами рисунков, – разноплановая личность. Это чаще всего молодой человек или девушка с хорошими интеллектуальными возможностями, активно изучающие внешний мир, неплохо ориентирующиеся в новинках услуг сотовой связи, имеющие средства и готовые заплатить за предоставляемые услуги и продаваемые средства сотовой связи. Наиболее важными чертами идеального покупателя, по мнению продавцов, являются молодой возраст, активная жизненная позиция, наличие средств и готовность с ними расстаться, стремление занять определенное положение в обществе и указать окружающим на это положение с помощью

приобретения новых, зачастую дорогих услуг сотовой связи.

Особый интерес представляют сделанные продавцами рисунки идеального покупателя. В частности, было проведено сравнение рисунков, сделанных продавцами, имеющими высокие показатели экономической эффективности, и продавцами с более низкими показателями. Следует отметить, что все продавцы выполняли плановые задания, однако одни превышали заданные показатели объема продаж, другие практически не выходили за их рамки.

Анализ рисунков идеального покупателя показывает, что 93% продавцов первой группы (более эффективные) в качестве обязательного атрибута указывают деньги. Вариантов такого указания много, например, кошелек с деньгами, денежные знаки в руках покупателя, мешок с символом доллара США, протягивающий деньги покупатель и проч. Ни один из продавцов второй группы (менее эффективных) не изобразил на рисунке ничего подобного, рисунки разнообразны по тематике, цветовому оформлению, налицо склонность отразить какие-то черты личности и т.п. Приведем в качестве примера рисунки идеального покупателя, сделанные продавцами первой (рис. 1) и второй (рис. 2) групп.



Рис. 1. Портреты идеальных покупателей с точки зрения эффективных продавцов

Анализ полученного в ходе эмпирического исследования материала показывает, что решение задачи изобразить идеального покупателя для эффективного продавца связано с реализацией стратегии углубления, покупатель

для него – источник оплаты, но не личность в целом. Известно, что опытные продавцы быстро отличают вошедшего в магазин реального покупателя от любопытствующего человека.

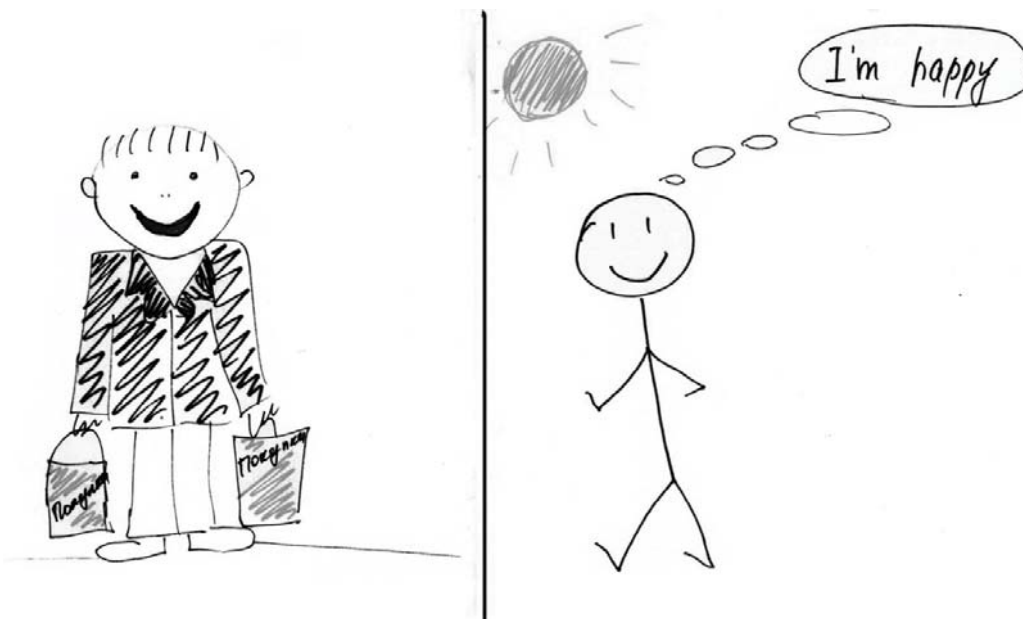


Рис. 2. Портреты идеальных покупателей с точки зрения менее эффективных продавцов

Анализ рисунков идеального продавца, сделанных покупателями, напротив, связан с такими характеристиками, как аккуратный, добрый, понимающий. Продавец в основном не воспринимается как сторона экономического взаимодействия. Подобный диссонанс не уменьшает, а увеличивает транзакционные издержки.

Список литературы

1. Как поймать шпиона? URL: <http://www.diletant.ru/articles/19856995/> (дата обращения: 21.11.2013).
2. Вартофский М. Модели. Репрезентация и научное понимание. М., 1988. 507 с.
3. Вышеславцев Б. П. Кризис индустриальной культуры. М., 2006. 1037 с.
4. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. М., 1997. 189 с.
5. Равен Дж. Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация. М., 2002. 396 с.
6. Материалы круглого стола «Проблема компетенций в психологии и управлении персоналом». URL: <http://www.ht.ru/cms/component/content/article/> (дата обращения: 28.11.2013).
7. Брунер Дж. Психология познания. М., 1977. 418 с.
8. Пантелеев А.Ф. Когнитивные стратегии : феноменология // Изв. Саратов. ун-та. Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2013. Т. 13, вып. 4. С. 88–93.
9. Лефевр В.А. Алгебра совести. М., 2003. 426 с.
10. Лихачев Д. С. Русская культура. М., 2000. 440 с.
11. Уильямсон О.И. Поведенческие предпосылки современного экономического анализа // THESIS. 1993. Вып. 3. С. 39–49.
12. Georgescu-Roegen N. The Entropy law and economic process. Cambridge, 1971. 457 p.

Cognitive Aspect of Transaction Expenses

A. F. Panteleev

Saratov State University
83, Astrakhanskaya, Saratov, 410012, Russia
E-mail: afp45@mail.ru

It was pointed in this research that implementation of certain cognitive strategy in the situation of economic interaction is associated with subject's occupational efficiency. Jointly with cognitive approach, main point usage of institutional theory of transaction expenses allowed to assume that the expenses decrease is connected with cognitive cavitations' strategy. The research results do not contradict assumption. The developed estimation procedure of subject economic interaction may be used for system creation for elevation of sale efficiency professional staff acquisition.

Key words: cognitive strategy, transaction expense, professional success, economic interaction.

References

1. *Kak poymat shpiona?* (How to reveal a spy?). Available at: <http://www.diletant.ru/articles/19856995/> (accessed 21 November 2013).
2. Wartofsky M. W. *Models. Representation and the Scientific Understanding*. Dordrecht; Boston; London, 1979. 390 p. (Russ. ed.: Vartofskiy M. *Modeli. Reprerzentatsiya i nauchnoe ponimanie*. Moscow, 1988. 507 p.).



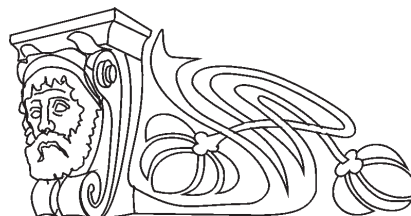
3. Vysheslavtsev B. P. *Krizis industrialnoy kultury* (Industrial culture crisis). Moscow, 2006. 1037 p.
4. North D. C. *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge, 1990. 186 p. (Russ. ed.: Nort D. *Instituty, institutsionalnye izmeneniya i funktsionirovanie ekonomiki*. Moscow, 1997. 189 p.).
5. Raven J. *Competence in modern society: its identification, development and release*. Oxford, 1984. 420 p. (Russ. ed.: Raven D. *Kompetentnost v sovremennom obshchestve: vyavlenie, razvitie i realizatsiya*. Moscow, 2002. 396 p.).
6. *Materialy kruglogo stola «Problema kompetentsiy v psikhologii i upravlenii personalom»* (Round table materials «Psychology and employments management competency problems»). Available at: <http://www.ht.ru/cms/component/content/article/> (accessed 28 November 2013).
7. Bruner J. S. *Beyond the information given. Studies in the psychology of knowing*. L., 1973. 432 p. (Russ. ed.: Bruner Dzh. *Psikhologiya poznaniya*. Moscow, 1977. 418 p.).
8. Panteleev A.F. Kognitivnye strategii: fenomenologiya (Cognitive strategies: phenomenology). *Izv. Saratov. Univ. (N.S.), Ser. Philosophy. Psychology. Pedagogics*, 2013, vol. 13, iss. 4, pp. 88–93.
9. Lefevr V. A. *Algebra sovesti* (Algebra of a conscience). Moscow, 2003. 426 p.
10. Likhachev D. S. *Russkaya kultura* (Russian culture). Moscow, 2000. 440 p.
11. Uil'yamson O. I. *Povedencheskie predposylki sovremenogo ekonomicheskogo analiza* (Behavioral Assumptions). THESIS, 1993, no. 3, pp. 39–49.
12. Georgescu-Roegen N. *The Entropy law and economic process*. Cambridge, 1971. 457 p.

УДК 159.922

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЛИЧНОСТИ

Понукалин Алексей Алексеевич

кандидат социологических наук,
доцент кафедры общей и социальной психологии,
Саратовский государственный университет
E-mail: ponukalin@yandex.ru



Статья посвящена рассмотрению психологических качеств инновационного потенциала личности. Утверждается, что предпосылки и задатки инновационного потенциала даны от природы и выражаются в определённых психологических особенностях индивида. Реализуемый инновационный потенциал личности определяется уровнем «натуральных» психических явлений, однако он имеет динамический характер, изменяясь по мере того, как формируется социально обусловленная структура личности в контексте представления человека о себе и мире, о себе в этом мире. В структуру инновационного потенциала личности необходимо включить и идею, выступающую как фактор побуждения и регуляции проявления человека в субъективном и объективном мире, и психологические механизмы порождения идей-регуляторов. При этом следует различать уровни обобщения основополагающей идеи, которые, несомненно, зависят от интеллекта и способностей.

Ключевые слова: инновационный потенциал, высшие психические функции, акцентуации и психопатии, высшая нервная деятельность.

Анализ личностных особенностей выдающихся инноваторов (исторических личностей), осуществивших полный цикл инновационной деятельности (идея → прибыль → развитие), позволяет сделать заключение: если инновационный потенциал есть, то он не может не реализоваться, он обязательно проявится, и человек станет инноватором. Такой потенциал личности

является внутренней силой, побуждающей к свершениям ради идеи, что позволяет удовлетворить социализированную потребность личности в превосходстве. Следует предположить, что это та сила, которая движет человеком для достижения «конечной» (по А. Адлеру) [1] цели существования – развития. Инновационный потенциал определяет направленность личности (структурирует и упорядочивает содержание факторов направленности), обуславливает смысл жизни, её образ и определяет жизненный путь. Несомненно, предпосылки и задатки инновационного потенциала даны от природы и выражаются в определённых психологических особенностях индивида, а затем и субъекта инновационной деятельности.

Сложность отделения природных индивидуальных качеств как основы инновационного потенциала личности от проявляемых во взрослой жизни и в профессиональной деятельности состоит в феномене двух уровней психических явлений по Л. С. Выготскому [2]: базовый уровень – «натуральные» явления, обусловленные преимущественно генетикой, следующий уровень – «культурные» явления, связанные с влиянием социальных воздействий. В общении между людьми возникают «высшие психические