

doi:10.15421/171625

УДК 130.2 : 347.211

Проблема інновації в контексті дослідження інтелектуальної власності: від економіко-правової парадигми до соціокультурної

О.В. СТОВПЕЦЬ

Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського, м. Одеса,
Україна

Авторське резюме

Статтю присвячено соціально-філософському дослідженню генези поняття інновації та вивченню процесу становлення інноваційної проблематики в контексті інтелектуальної власності, а також обґрунтуванню інновації як соціокультурного феномена. Зокрема, здійснено соціально-філософський і семантичний аналіз поняття «інновація» у його кореляції з поняттями «відкриття», «винахід», «нововведення», «новація», з метою виявлення сутності самої інновації. Акцентовано увагу на важливості дослідження інновації у соціокультурному контексті, з урахуванням особливого онтологічного статусу інновації для інституту інтелектуальної власності. В рамках дослідження інновації (як найважливішого змістовного аспекту інтелектуальної власності) показано, що у більшості випадків осмислення даного феномена рідко виходить за рамки техніко-економічної та юридичної парадигм. Проте, інновація – це, перш за все, соціокультурний феномен, актуалізація якого зумовлена специфікою соціокультурного середовища. Тому закономірно, що вектор перетворень, пов'язаних з інформаційно-технологічними інноваціями, з техніко-економічної та правової площини нині зміщується до соціокультурної. Слідом за виробничою сферою інші сфери життя стали об'єктом свідомої цілеспрямованої інноваційної діяльності, що дозволяє констатувати перехід до інноваційної моделі соціокультурного розвитку, та відповідне збільшення значення інституту інтелектуальної власності в постіндустріальному світі. Інновація стає одним з основних типів соціокультурної трудової (інтелектуальної, творчої) активності та усвідомлюється в якості найважливішої передумови цивілізаційного розвитку.

Ключові слова: інтелектуальна власність; соціум; творчість; інновація; соціокультурний простір

The problem of innovation in the context of intellectual property research: from the economic-juridical into the sociocultural paradigm

O.V. STOVPETS

South ukrainian national pedagogical university named after K. D. Ushynsky, Odessa, Ukraine

Abstract

The problem of innovation in the context of Intellectual Property becomes actual as the society's development moves from the economic, technical and juridical paradigms towards the sociocultural paradigm. The reflection on abovementioned issues is performed within the monographic social-philosophic research for Intellectual Property Institution as one of the most significant social institutions of postindustrial postmodern society in the era of information. Therefore the article is devoted to the social-philosophic study of the innovation concept's genesis, the process of innovative problematic consolidation in the context of intellectual property, as well as the justification of innovation as a social-cultural phenomenon. In particular, it was performed a sociophilosophical and semantic analysis for the concept of «innovation» in its correlation with the concepts of «discovery», «invention», «new modification», «novelty», in order to identify the essence of innovation itself. It was emphasized the importance of innovation's research in the socio-cultural context, taking into account the specific ontological status for innovation in its integrity with Intellectual Property institution. In the studying of innovation (as the very important substantial aspect of intellectual property) it was explicated that interpretations of this phenomenon are frequently concentrated within technical, economic and juridical paradigms. However, today the innovation is primarily a social and cultural phenomenon caused by the specifics of appropriate sociocultural environment. It is logical that changes' vector related to the information and technological novelties, now shifts from technical, economic and legal fields to the socio-cultural dimension. Following the producing sectors, other areas of life became the objects of conscious and deliberate innovative activities, that allow us to fix the transition towards an innovative model of social and cultural development, and the corresponding increase in the value of intellectual property institution in post-industrial world. This is why the innovation has become one of the main types of socio-cultural working (intellectual, creative) activity, and it's perceived as an essential precondition for civilized development. Thus, the innovation appears as a complex socio-cultural phenomenon that requires contemporary substantiation. At the same time the innovation (as a sociocultural phenomenon) contains inside all the newest trends of today's culture, but not only: it is also aimed at the future.

Keywords: intellectual property; society; creativity; innovation; sociocultural space

© О.В. Стовпець, 2016

Проблема инновации в контексте исследования интеллектуальной собственности: от экономико-правовой парадигмы к социокультурной

А.В. СТОВПЕЦЬ

Южноукраинский национальный педагогический университет им. К. Д. Ушинского,
г. Одесса, Украина

Авторское резюме

Статья посвящена социально-философскому исследованию генезиса понятия инновации, изучению процесса становления инновационной проблематики в контексте интеллектуальной собственности, а также обоснованию инновации как социокультурного феномена. В частности, осуществлен социально-философский и семантический анализ понятия «инновация» в его корреляции с понятиями «открытие», «изобретение», «нововведение», «новшество», с целью выявления сущности собственно инновации. Акцентировано внимание на важности исследования инновации в социокультурном контексте, с учетом особого онтологического статуса инновации для института интеллектуальной собственности. В рамках исследования инновации (как важнейшего содержательного аспекта интеллектуальной собственности) показано, что зачастую осмысление данного феномена редко выходит за рамки технико-экономической и юридической парадигмы. Тем не менее, инновация – это, прежде всего, социокультурный феномен, актуализация которого обусловлена спецификой социокультурной среды. Закономерно, что вектор преобразований, связанных с информационно-технологическими инновациями, из технико-экономической и правовой плоскости ныне смещается в социокультурную. Вслед за производственной сферой другие сферы культуры стали объектом сознательной целенаправленной инновационной деятельности, что позволяет констатировать переход к инновационной модели социокультурного развития, и соответствующее увеличение значения института интеллектуальной собственности в постиндустриальном мире. Инновация становится одним из основных типов социокультурной трудовой (интеллектуальной, творческой) активности и осознается как важнейшее условие цивилизационного развития. Таким образом, инновация предстает сложным социокультурным феноменом, требующим обоснования с позиций своего времени. Вместе с тем, как социокультурное явление инновация не только заключает в себе все тенденции настоящего культуры, но и как феномен, направленный на новое, несет в себе будущее культуры.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность; социум; творчество; инновация; социокультурное пространство

Постановка проблеми. У сучасних дослідженнях вивчення феномена інновації скруте вузькими рамками техніко-економічного середовища, так само як основний масив досліджень інституту інтелектуальної власності обмежується сферою юриспруденції. Спроби вивчення інновації в просторі культури, котрі з'являються сьогодні, переважно відходять від розгляду інновації як складного цілісного соціокультурного феномена, зводячи його до визначення як «технічної новації», «інструменту розвитку», тощо. Таким чином, стає очевидним, що найбільш затребуваним на сьогоднішній момент й, разом з тим, слабо вивченим напрямком постає дослідження інновації в соціокультурному контексті, з урахуванням особливого онтологічного статусу інновації для інституту інтелектуальної власності.

Про зміну пріоритетів побічно свідчить і той факт, що порівняно із ранніми прогностичними концепціями, котрі зосереджувалися на дослідженні тенденцій соціально-економічної та виробничої сфер (як концепція постіндустриального суспільства Д. Белла), концепції останніх років все більше залучають сферу культури, як ми можемо спостерігати в роботах М. Кастельса [2]. Не слід також забувати й про такий культурфилософський тренд, як постмодернізм, що поширився в останні десятиліття ХХ ст. й нині претендує на культурну парадигму постіндустриального суспільства. Самим фактом свого існування постмодернізм довів,

що саме культура на рубежі тисячоліть виступає основною сферою, де відбувається оновлення людського суспільства. Однак це тільки один з важливих аспектів сучасної соціокультурної ситуації, яка чинить суттєвий вплив на інститут інтелектуальної власності.

Аналіз досліджень і публікацій спонукає відзначити роботи вже згаданих Д. Белла, М. Кастельса, а також окремі праці абсолютно різних дослідників – П. Сорокіна, М. Вебера, Б. Санто, М. Кондрагєва, Й. Шумпетера, А. Ахієзера, К. Файндлея, Ч. Ламсдена тощо. Всі вони мають чимале значення для усвідомлення природи феномена інновації.

Метою дослідження бачиться соціально-философське дослідження генези поняття інновації, процесу становлення інноваційної проблематики в контексті інтелектуальної власності, а також обґрунтування інновації як соціокультурного феномена.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж приступати до дослідження феномена інновації, представляється необхідним позначити, як буде трактуватися поняття культури та, у співвіднесенні з ним, поняття суспільства й цивілізації.

Звертаючись до соціокультурної парадигми П. Сорокіна, М. Вебера, А. Ахієзера, у ході даного дослідження під «культурою» будемо мати на увазі, перш за все, соціокультурну систему в цілому, оскільки жорстке розмежування соціальних та культурних аспектів люд-

ської життєдіяльності у сучасних умовах видається малоефективним.

Як зауважує засновник соціокультурного підходу П. Сорокін, суспільство та культура являють собою єдність, у який суспільство – це сукупність індивідів з їхніми соціокультурними відносинами і процесами, а культура – це її синтез значень, цінностей, норм й сукупність її носіїв, котрі об'єктивізують, соціалізують та розкривають ті значення. Культура, таким чином, постає вирішальною надособистісною детермінантою соціальної поведінки людини, а суспільство – соціокультурним утворенням.

Соціокультурна взаємодія, за П. Сорокіним, являє собою своєрідну матрицю: «Будь-яка велика культура є не просто конгломератом різноманітних явищ, що співіснують, однак ніяк одне з одним не пов'язані, але – єдністю, системою, всі складові частини якої пронизані спільним основоположним принципом та виражають головну цінність. Домінуючі риси витончених мистецтв та науки такої єдиної культури, її філософії та релігії, етики та права, її основних форм соціальної, економічної та побутової організації, більшої частини її традицій та звичаїв, її способу життя та мислення – всі вони по-своєму віддзеркалюють її основоположний принцип, її головну цінність. Саме цінність є основою та фундаментом будь-якої культури. З цієї причини найважливіші складові частини такої інтегрованої культури також частіше за все взаємозалежні: у разі зміни однієї з них – інші неминуче піддаються подібній трансформації» [8, с. 429].

З огляду на детермінантний статус культури в соціокультурній системі, під поняттям «культура» у даному дослідженні розуміється, перш за все, соціокультурна цілісність, всі явища якої пронизані визначальними базовими принципами та цінностями. «Цивілізація» в даному дослідженні трактується як певна форма існування культури. Так, на думку М. Вебера, культура та цивілізація – це два тісно пов'язані, але різні феномени. Якщо культура є децю, що виникає тоді, коли ми піднімаємося над рівнем нашого вітального буття, то цивілізація найтіснішим чином пов'язана з раціоналізацією буття, оволодінням силами природи, ефективністю застосовуваних знарядь та засобів виробництва. Відмінною рисою цивілізації, за М. Вебером, є її універсалізм, адже її плодами користуються люди, які проживають на різних континентах, – носії цінностей різних культур. Використання досягнень цивілізації є передумовою розвитку культури та неодмінним фактором переходу на вищий рівень буття. Спільність процесу цивілізаційного розвитку, який проходять різні суспільства, є основою для порівняльного аналізу їх в якості соціокультурних утворень [1].

Якщо ми звернемося до генезису поняття «інновація», то побачимо, що воно виникає та

вводиться до наукового обігу в сфері культурології. Термін «інновація» походить від латинського слова «innovato», що означає «оновлення» або «покращення», та вперше вживається в наукових дослідженнях західних культурологів XIX ст. у контексті описання «культурних дифузій», маючи на увазі процеси інвазії певних елементів, притаманних одній культурі, до іншої. Зокрема, мова йшла про привнесення європейських звичаїв та способів організації життєдіяльності до азіатських і африканських культур. У XX столітті відбувається суттєва трансформація понятійного змісту інновації, яка задає нову смислову спрямованість. І пов'язано це, перш за все, із такими іменами, як М. Кондратьєв та Й. Шумпетер, котрі, займаючись вивченням економічного розвитку, обґрунтовують взаємозв'язок феномена інновацій та економічної динаміки суспільства.

Найбільш впливовою для формування сучасної інноваційної теорії стала концепція економіко-технологічного прогресу М. Кондратьєва. Він першим обґрунтовує існування великих циклів економічної кон'юнктури, котрі виявляються «...у глибоких реформах індустрії та революції техніки, у залученні нових територій, у підготовці нових кадрів кваліфікованої праці» [4, с. 211] та обумовлені, на думку дослідника, освоєнням значних технічних винаходів та відкриттів. Так, у розвитку «першої хвилі» (кінець XVIII ст.) вирішальну роль відіграли винаходи та зрушення в текстильній промисловості та виробництві чавуну; зростання в період «другої хвилі» (середина XIX ст.) було викликане, перш за все, будівництвом залізниць, розвитком морського транспорту; «третьої хвилі» (кінець XIX ст. – початок XX ст.) була пов'язана із винаходами у сфері електроніки й з масовим впровадженням електрики, радіо та інших новацій.

При цьому М. Кондратьєв розрізняє момент виникнення значних винаходів та відкриттів і момент їхнього застосування на практиці. Напрямок та інтенсивність науково-технічних відкриттів та винаходів, на його думку, є функцією запитів практичної дійсності та попереднього розвитку науки і техніки. Однак для їх широкого практичного використання потрібні економічні передумови: «...Науково-технічні винаходи можуть бути, проте вони можуть залишатися бездієвими, доки не з'являться необхідні економічні умови для їхньої реалізації. Саме розвиток техніки включений у закономірний процес економічної динаміки» [4, с. 63].

Зазначені ідеї справили величезний вплив на становлення соціально-економічної наукової думки. Вони отримують розвиток в теорії австрійського дослідника Й. Шумпетера [9]. Він, зокрема, відзначає наявність економічних циклів, прогресія яких вже безпосередньо пов'язується з хвилями інновацій. У своїх дослідженнях Й. Шумпетер виходить з безпосе-

реднього взаємозв'язку інновації з прибутком і технологічним прогресом, який веде до збільшення матеріальних благ.

Однак, якщо у концепції М. Кондратьєва інновація ще не отримала свого понятійного обґрунтування, то Й. Шумпетером уперше дається визначення інновації, й термін вводиться до наукового обігу в руслі економічної думки. Під інновацією він розуміє будь-яку зміну з метою впровадження й використання нових видів споживчих товарів, новітніх виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації у промисловості.

Таким чином, дослідження М. Кондратьєва і Й. Шумпетера закладають основи сучасної інноваційної проблематики та визначають її становлення протягом ХХ ст. переважно у руслі економічної науки. Виявлений ними взаємозв'язок між соціально-економічним прогресом та інновацією стимулює вивчення останньої як комплексного процесу, котрий структурується від початкового етапу – фундаментального наукового дослідження до кінцевого – практичного впровадження до сфери споживання. У науковому арсеналі з'являються такі поняття, як «інноваційність», «інноваційна діяльність», «інноваційний процес», «інноваційний цикл». Філософські грані даних понять почасти було досліджено порівняно нещодавно в роботі І. Курок [5].

Новий сплеск вивчення теорії інновації спостерігається приблизно у 70-і роки ХХ століття, коли період глобальної економічної кризи змінює хвиля базисних інновацій та інтерес до інноваційної проблематики зростає. Серед численних дослідників можна виділити Б. Санто, П. Дракера, А. Клайхнехта, К. Фрімена, чиї наукові пошуки присвячено розгляду інновації, процесів її становлення та поширення в економічному середовищі, з урахуванням тодішніх соціальних реалій. Вони безпосередньо пов'язуються з соціальним прогресом, що розуміється, в свою чергу, як зростання технологічних можливостей суб'єкта. У цьому сенсі дуже характерний в своєму розумінні інновації угорський фахівець Б. Санто, котрий визначає її наступним чином: «Інновація – це такий суспільний, технічний, економічний процес, який через практичне використання ідей та винаходів призводить до створення кращих за своїми властивостями виробів, технологій» [7, с. 83].

Сьогодні, у зв'язку із хвилею соціокультурних трансформацій, що йдуть від інформаційно-комунікативної революції, поняття «інновація» набуває ще більшого поширення в теоретичній думці та залучається майже до усіх сфер суспільного і культурного життя, що призводить до полісемантичності даного поняття та, як наслідок, величезного зростання його можливих дефініцій.

У сучасній науковій літературі, що ана-

лізує інноваційну проблематику, можна виокремити два підходи до дефініції інновації. Перший підхід концентрується на науково-технічному аспекті інноваційного процесу (тобто, на етапі створення та виробництва нової продукції, нововведень у сферу технології), й пов'язаний із вузьким розумінням інновації, нерідко акцентуючи її ринкову значущість. У руслі даного підходу інновація трактується як кінцевий результат інноваційної діяльності, що одержав втілення у вигляді нового удосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, використовуваного в практичній діяльності, або у новому підході до надання соціальних послуг. Щось подібне сформульовано і в національному законодавстві України про інтелектуальну власність, а також у міжнародних конвенціях аналогічного змісту.

Другий, більш широкий, підхід, представники якого намагаються розширити смислову сферу поняття інновації, визначає останню як перетворення творчої думки на готовий продукт, як приріст знання з його подальшою реалізацією. При цьому інновацію можна розглядати і як процес, і як результат. З одного боку, інновація – це процес, в ході якого наукова ідея або технічний винахід доводиться до стадії практичного використання і починає давати економічний ефект. З іншого боку, інновація – матеріалізований результат, отриманий від вкладення капіталу в нову ідею або технологію, в новітні форми організації виробництва, праці, обслуговування чи управління, включаючи нові форми контролю, обліку, методів планування, аналізу тощо (тут у законодавстві багатьох країн зустрічаються такі терміни, як «ноу-хау», «раціоналізаторська пропозиція», «винахід», «корисна модель» та інші). Інновація також може бути охарактеризована як продукт науково-технічної діяльності, що надходить на ринок у вигляді товару, застосування якого у виробництві дозволяє удосконалювати технологію та оновлювати свою продукцію.

Таким чином, феномен інновації в сучасному науковому дискурсі часто редукується до нововведення або новації, що сприяє розвитку економічної динаміки. Нерідко дане поняття отожднюють також із поняттями «відкриття», «винахід», що вносить ще більше сум'яття в його смислове значення. У цьому зв'язку представляється необхідним здійснити семантичний аналіз поняття «інновація» у його кореляції з поняттями «відкриття», «винахід», «нововведення», «новація», з метою позначення сутності власне інновації.

Поняття «нове», «новація», «нововведення» найчастіше використовуються як синоніми інновації. У науковій літературі, що торкається інноваційної проблематики, найпоширенішими є два типи визначень інновації: або як нового продукту чи послуги, способу їх-

нього виробництва, новації в організаційній, фінансовій, науково-дослідній та інших сферах, будь-якого вдосконалення, що забезпечує скорочення витрат або створює умови для такої економії; або ж як «цілеспрямованої зміни, котра вносить нові відносно стабільні елементи до середовища свого впровадження» [6, с. 186].

Однак, подібного роду дефініції, цінні з економічної точки зору, практично ігнорують соціокультурні аспекти інновацій та їх прояви у політичній, соціальній, когнітивній та інших сферах суспільного життя. Адже інновації виступають проявом глобального аспекту людської діяльності взагалі, та за своїм глибинним змістом вони відносяться не тільки до процесу створення і поширення новацій, але й до змін у способі життя, стилі мислення, котрі, так чи інакше, зачіпаються нововведеннями.

У тісній взаємодії з інновацією перебувають поняття «відкриття», «винахід». Підставою такої взаємодії виступають ключові для цього ряду категорії «нове» і «творчість», оскільки всі явища, характеризовані даними поняттями, виступають у тій чи іншій мірі продуктами творчості, народжуються і формуються у креативному процесі, та невід'ємною їхньою характеристикою є новизна.

Отже, відкриття, винахід, інновація, у світі вищесказаного, постають явищами одного порядку, але для одних більшого значення набуває індивідуально-особистісний план, для інших же визначальним виступає соціокультурний. К. Файндлей та Ч. Ламсден, розмірковуючи про природу відкриття та інновації, пишуть: «Ми не накладаємо первісних обмежень на критерії відкриття, окрім тих, що воно має задовольняти критерій новизни та відповідати соціокультурній метриці вибору... Інновація – це будь-яке відкриття, що отримало певного рівня визнання у конкретному суспільстві. Щоб відкриття кваліфікувати як інновацію, воно повинно бути трансльованим, а отже, має допускати саму можливість трансляції» [11, с. 10].

Іншими словами, у парі «відкриття-інновація», відкриття постає як продукт креативного процесу, здійснюваного на індивідуально-особистісному рівні, з високим ступенем новизни, наближеної до абсолютної; інновація ж є продуктом креативного процесу, реалізованого на соціокультурному плані, з наявністю новизни, але необов'язково абсолютної (йдеться про «імітуючі», «покращуючі» інновації).

Незважаючи на взаємозв'язок та взаємозалежність цих явищ, не кожне відкриття може стати інновацією: «Нерідко відкриття залишаються лише відкриттями для себе, або ж мають вкрай обмежене коло трансляції та змінюють локальне середовище, необхідне для подальшої пошукової діяльності» [3, с. 77]. І далеко не кожна інновація реалізується у нове відкриття

(як, наприклад, згадувані вище т.зв. «імітуючі інновації» – покращена модифікація попередніх, уже відомих).

Відкриття може бути зроблене винахідником-одиначкою, а інновація, як правило, розробляється цілими дослідницькими колективами (лабораторіями, відділами, інститутами) та втілюється у формі інноваційного проекту. Відкриття само по собі не має на меті першочергового отримання прибутку. Інновація ж найчастіше ставить своєю метою отримати певну відчутну вигоду, зокрема, більший приток грошей, більшу суму прибутку, підвищення продуктивності праці та зниження собівартості виробництва за рахунок застосування якогось нововведення у техніці або технології. Нарешті, відкриття може статися випадково, а інновація завжди є результатом цілеспрямованого пошуку. Випадково її не досягають. Вона вимагає техніко-економічного обґрунтування.

Винахід, у кореляції з відкриттям та інновацією, перебуває у проміжному положенні. Якщо відкриття пов'язують із виявленням раніше невідомих явищ або із поясненням закономірностей природи, а інновацію – із продуктами творчої діяльності, які володіють ринковим попитом, то під винаходом зазвичай розуміють різні техніко-технологічні продукти людської креативної діяльності. Дане поняття у співвіднесенні з «відкриттям» підкреслює свій прикладний характер, а у співвідношенні з поняттям «інновація», навпаки, – науково-дослідний. Відповідно, винахід може відбутися на тлі наукового відкриття та перетворитися на інновацію (в частині його застосування).

Для виявлення понятійної основи інновації, теоретичний аналіз варто доповнити також співставленням інновації з таким поняттям, як «зміна». Б. Санто на цей рахунок відзначає: «Інновація – це будь-яка цілеспрямована, позитивна зміна матеріальних і нематеріальних елементів організації, тобто така зміна, що сприяє розвитку й підвищенню організації» [7, с. 100]. За допомогою категорії «зміна» слід визначати тільки атрибутивну якість інновації, однак не саму інновацію.

Більш правомірним вважаємо співвідносити такі поняття, як «зміна» та «нововведення» (тим більше, як уже згадувалося, у ряді досліджень інновації та нововведення виступають синонімами). Однак і тут «нововведення» буде скоріш супідрядним поняттям до «зміни». Так, наприклад, Х. Барнетт, досліджуючи процеси культурної зміни, вважав для неї базисним механізм нововведення [10]. А. Пригожин відзначає, що «...нововведення як особливий механізм присутні в багатьох цілеспрямованих змінах» [6, с. 185].

Теоретичний аналіз поняття «інновація» і розгляд його дефініцій, що вживаються у сучасній науковій літературі, показує, що поняття

тя інновації в культурологічному дискурсі (як механізм зовнішнього привнесення і утвердження нового в культурі), у ХХ столітті актуалізується спершу в техніко-економічній проблематиці як механізм об'єктивації нового, що реалізує інтелектуальний потенціал культури.

Семантичний аналіз поняття інновації, в його кореляції з «відкриттям», «винаходом», віддзеркалює креативно-теоретичний аспект інновації; у співвідношенні з поняттями «нововведення», «новація» – відображає предметно-практичний аспект, а із поняттями «зміна» і «нове» – розкриває смислову спрямованість понятійного змісту інновації в цілому.

В результаті інновація постає продуктом поєднання креативно-теоретичної і предметно-практичної діяльності суб'єкта, головною функцією якого виступає позитивна зміна, що одержує широкий резонанс у соціокультурному середовищі. Таким чином, можна стверджувати, що феномен інновації вже давно подолав вузькі рамки техніко-економічної сфери і вийшов також за межі сфери юриспруденції, про що свідчить його широке вживання у різних сферах культури. Інноваційна діяльність виступає головною умовою розвитку. Наявність освітніх, наукових, соціальних, політичних, економічних, інших інновацій говорить про орієнтацію у різних площинах життя суспільства на нове та різноманітне, що найбільшою мірою характеризує сучасні соціокультурні реалії. Водночас, нерідко реанімація минулого відбувається під виглядом інновації. Пережитки минулого здатні повторитися, лише прийнявши вигляд нового – оновившись, знайшовши новаторську форму.

Висновки. Аналіз інноваційної проблематики у сучасному науковому дискурсі показує, що осмислення феномена інновації рідко виходить за межі техніко-економічної парадигми. Проте, інновація – це, перш за все, соціокультурний феномен, актуалізація якого зумовлена самою специфікою соціокультурного середовища. Закономірно, що вектор соціальних перетворень, пов'язаних з інформаційно-комунікативними та іншими визначальними інноваціями, із техніко-економічної та правової сфер нині просувається у соціокультурну площину. Слідом за виробничою сферою, й інші сфери культури стали об'єктом свідомої цілеспрямованої інноваційної діяльності, що дозволяє констатувати перехід до інноваційної моделі соціокультурного розвитку, та відповідне збільшення значення інституту інтелектуальної власності у постіндустріальному світі. Інновація стає одним з основних типів соціокультурної трудової (інтелектуальної, творчої) активності та усвідомлюється як найважливіша передумова цивілізаційного розвитку.

Інновація, таким чином, постає складним соціокультурним феноменом, що вимагає обґрунтування з позицій свого часу. Разом з тим, як соціальне і культурне явище інновація не тільки містить в собі всі тенденції сьогоденної культури, але й як феномен, спрямований на нове, несе у собі майбутні потенції розвитку культури. Отже, інновацію необхідно визначити як соціокультурну модель об'єктивації нового постіндустріального етапу розвитку, що знаходить специфічне відображення та обґрунтування у рамках особливого соціального інституту – інтелектуальної власності.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ:

1. Вебер М. Избранные произведения / Пер. с нем. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
2. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ., под научн. ред. и с предисл. О. И. Шкаратана – М.: ГУВШЭ, 2000. – 608 с.
3. Князева Е. Н. От открытия к инновации: синергетический взгляд на судьбы научных открытий // Эволюция, культура, познание: сб. научн. ст. – М.: ИФ РАН, 1996. – С. 76-92.
4. Кондратьев Н. Д. Особое мнение. Избранные произведения – М.: Наука, 1993. – Кн. 1. – 654 с.; Кн. 2 – 717 с.
5. Курок І. С. Творчість та інноваційність у контексті науки доби глобалізації: автореф. дис. ... канд. філософ. наук: 09.00.02 / І. С. Курок; Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2008. – 19 с. – укр.
6. Пригожин А. И. Современная социология организаций. – М.: Интер-пракс, 1995. – 295 с.
7. Санто Б. Инновация как средство экономического развития: Пер. с венг. / Общ. ред. Б. В. Сазонов. – М.: Прогресс, 1993. – 295 с.
8. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество / Питирим Сорокин // пер. с англ. - М.: Политиздат, 1992. – 543 с.
9. Шумпетер Й. Теория экономического развития. – М.: Прогресс, 1982. – 454 с.
10. Barnett H. G. Innovation: The Basis of Culture Change. – N.Y.: McGraw-Hill Book Company, 1953. – P. 7.
11. Findlay C. S., Lumsden Ch. J. The Creative Mind. Towards an Evolutionary Theory of Discovery and Innovation // Journal of Social and Biological Structures. – January 1988. – Vol. 11, Issue 1. – P. 3-55.

Стаття надійшла до редакції 21.06.2016

REFERENCES:

1. Veber M., 1990. Izbrannye proizvedeniya [Selected works]. Moscow, 808 (in Russian).
2. Kastel's M., 2000. Informacionnaja epoha: ekonomika, obshhestvo i kul'tura [The Information Age: Economics, Society and the Culture]. Moscow, 608 (in Russian).
3. Knjazeva E.N., 1996. Ot otkrytija k innovacii: sinergeticheskij vzgljad na sud'by nauchnyh otkrytij [From Discovery to the Innovation: a synergistic view of the scientific discoveries' fate]. Evoljucija, kul'tura, poznanie, 76-92 (in Russian).
4. Kondrat'ev N.D., 1993. Osoboe mnenie. Izbrannye proizvedeniya [Dissenting opinion. Selected works]. Moscow, 654; 717 (in Russian).
5. Kurok I.S., 2008. Tvorchist' ta innovacijnist' u konteksti nauki dobi globalizaciji [Creativity and innovativeness in the context of science at globalization epoch]. Kyiv, 19 (in Ukrainian).
6. Prigozhin A.I., 1995. Sovremennaja sociologija organizacij [Modern sociology of organizations]. Moscow, 296 (in Russian).
7. Santo B., 1993. Innovacija kak sredstvo ekonomicheskogo razvitija [Innovation as a means of economic development]. Moscow, 295 (in Russian).
8. Sorokin P., 1992. Chelovek. Civilizacija. Obshhestvo [Human. Civilization. Society]. Moscow, 543 (in Russian).
9. Shumpeter J., 1982. Teorija ekonomicheskogo razvitija [Theory of Economic Development]. Moscow, 454 (in Russian).
10. Barnett H. G. Innovation: The Basis of Culture Change. – N.Y.: McGraw-Hill Book Company, 1953. – P. 7 (in English).
11. Findlay C. S., Lumsden Ch. J. The Creative Mind. Towards an Evolutionary Theory of Discovery and Innovation / C. S. Findlay, Ch. J. Lumsden // Journal of Social and Biological Structures. – January 1988. – Vol. 11, Issue 1. – P. 3-55 (in English).

*Стовпець Олександр Васильович – кандидат філософських наук, доцент, докторант
Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського
Адреса: 65020, м. Одеса, вул. Старопортофранківська, 26*

*Stovpets Oleksandr V. – PhD in philosophy, associate professor, doctoral candidate
South ukrainian national pedagogical university named after K. Ushynsky
Address: 26, Staroportofrankovskaya Str., Odessa, 65020, Ukraine
E-mail: a.stovpets@gmail.com*

*Стовпец Александр Васильевич – кандидат философских наук, доцент, докторант
Южноукраинский национальный педагогический университет им. К. Д. Ушинского
Адрес: 65020, г. Одесса, Старопортофранковская, 26*