

**ВЛИЯНИЕ ЭНТРОПИИ НАСТРОЕНИЙ В ОБЩЕСТВЕ НА  
ФОРМИРОВАНИЕ ЦИФРОВОГО И ИННОВАЦИОННОГО  
ПРОСТРАНСТВА**

*Шуклина Зинаида Николаевна*

доктор экономических наук, доцент

(4832)66-69-57

ФГБОУ ВО Брянский государственный университет

имени академика И. Г. Петровского

профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

241036, Брянск, Бежицкая, 14

В статье представлена полемика по проблеме общественной реакции и настроений и отношений в обществе по поводу цифровой экономики, проанализированы причины пессимистического настроения, потери оптимизма и снижения активности населения, факторы слабой мотивации, неявные границы и сроки внедрения новшеств при сохранении расслоения общества по уровню жизни и доходам. В статье подчеркивается, что потребности, мотивы и цели формируют единый процесс изменения состояния системы, направляя его на динамичное развитие, улучшение, предотвращение ухудшения, устранение дискомфорта, оптимизацию состояния и активизацию поведения общества, бизнеса и личностей.

**Ключевые слова:** инновационное развитие, цифровая экономика, отношения, настроения, оптимизм, новаторство, поведение, фрейминг.

Для динамичного высоко конкурентного позиционирования экономики на мировом уровне в Российской Федерации теории и практики обосновывают направления и механизмы, среди которых инновационное и цифровое обеспечение выступают ведущими инструментами развития, информационной защиты, сохранения суверенитета, повышения качества жизни граждан [6]. В этой связи важно выявить настроения в обществе по отношению к инновациям, методы мотивации и стимулирование инновационной активности. Формирование инновационного пространства предполагает интеграцию факторов макро- и микросреды, отношений и реакций в единое поле для реализации инновационного потенциала. Цифровая экономика в этом отношении выступает как система экономических связей, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий. Инструментом развития и роста эффективности являются высокие

информационные технологий, ускоряющие решения социально-экономических задач [2, 3].

Следует подчеркнуть, что несмотря на явное признание важности продуктовых и процессных инноваций, цифровой экономики, все новое проникает с различной скоростью в экономическую жизнь. Общая геополитическая ситуация, информационные и гибридные войны влияют на настроения и отношение населения к выбранному пути развития. Оптимистические настроения властей нередко вступают в конфликт, идут в разрез с пессимистическим настроением в бизнесе, в науке и у населения, что сдерживает активизацию интеллектуального потенциала. Предпосылками пессимистического настроения, потери оптимизма и снижения активности населения являются недостаточно точно проработанные модели коммуникации с различными слоями и группами населения, искаженные пропорции дифференциации доходов и низкий уровень жизни, отсутствие гарантированных долгосрочных стимулирующих решений по налогам, кредитам, защите частной собственности. Отсутствие позитивных сообщений в СМИ, скрытые и явные опасности и угрозы, высокий уровень тревожности и политизированности общества ведут к фрустрации, заторможенности и слабой заинтересованности в будущем.

На этом фоне возникают явные искажения в понимании и позитивном восприятии понятий и явлений «умный дом», «интернет вещей», «дистанционное медицинское обслуживание», «домашние 3D-принтеры», «робототехника», «нейроинтерфейсы», «искусственный интеллект». Слабая мотивация, неявные границы и сроки внедрения новшеств при сохранении расслоения общества по уровню жизни и доходам не повышают инновационной активности. Для того чтобы разобраться с отношением общества, слоев и лиц к инновациям, инновационному процессу и цифровизации, для выявления проблем, кризисных явлений и особенностей необходимо уточнить понимание общества, как совокупности людей, объединенных исторически сложившимися формами их взаимосвязи и взаимодействия в целях удовлетворения своих

потребностей. Общественная система характеризуется определенной устойчивостью и целостностью, самовоспроизводством и самодостаточностью, саморегулируемостью и саморазвитием. От типа, формы и состояния общественных связей и отношений зависит то, как реагирует на мотивацию, как меняется ментальность в восприятии индивидами цифровой экономики.

Факторы смягчения и нивелирования такой угрозы является инновационная культура, которая отражает особые социальные нормы и ценности, лежащие в основе взаимосвязи и взаимодействия людей. Это реальный мир отношений между людьми мир разных социальных слоев, в которых люди общаются по принципу, та часть общества, которая непосредственно влияет на личность. Общественная система формирует поведение покупателя, задает определенные стандарты или стереотипы поведения. Общество создает предпосылки трансформации социальных, экологических, территориальных, персональных отношений и связей. В этой системе и под влиянием находятся инновационное поведение и инновационные реакции. Если считать прямой зависимостью поведения от настроения, то можно подчеркнуть все-таки уникальность такого свойства, зависимость от индивидуальных особенностей человека. Следовательно, социальное настроение позволяет судить о помыслах, перспективных реакциях, предрасположенности к активному участию в культурно-инновационных процессах. В этой связи возрастает важность выбора инструментов оценки и управления, корректировки социального настроения, выявления доминантных характеристик сознания и готовности к определенным действиям в соответствии с ценностной установкой [8].

Конечно, нужно учитывать влияние и роль лидеров на поведение в обществе, которые становятся формальным или неформальным примером для подражания. Имеются данные о том, что степень влияния лидера может в условиях угроз возрасти до 80%. Перспективы выхода из периода крупных потрясений и кризисов связаны с развитием новых технологий, а также с серьезными геоэкономическими и геополитическими сдвигами, поляризацией

соотношений и доминированием Запада над Востоком на мировой арене. Есть мнения ученых, что в условиях кризиса может оказаться предпочтительным авторитарный стиль управления, что не исключает акцента на решении социальных проблем, а также социальной ответственности бизнеса перед наемными работниками.

В современном обществе для выживания и реализации бизнес-стратегии предприниматели обязаны уточнить собственные ценности и ценностные ориентации, которые должны стать основой формирования конкретных ценностных ориентиров бизнеса. Отдельные личности могут оказывать большое влияние побуждать своим примером в активной деятельности. Направленность личности на позитивные, полезные, ценные для всего человечества цели и ценности характеризует ценностные ориентации, выгодно отличающие личность и возбуждающие интерес общества. Внутренняя мотивация весьма относительна и специфична для каждого человека, имеет серьезные различия и последствия при неудовлетворенности [11].

С позиции содержания под общественной энтропией мы понимаем неопределенность, неупорядоченность системы, различную информационную наполненность и неустойчивость. В понимании энтропии настроений в обществе важно подчеркнуть дисбаланс культуры, мотивации, целей и возможностей, которые в отношении инноваций играют ведущую роль как для появления идей, так и для появления спроса. Потребности, мотивы и цели формируют единый процесс изменения состояния системы, направляя его на улучшение, предотвращение ухудшения, устранение дискомфорта. Именно ценность инновации, осознаваемая или скрытая, вызывает к жизни мотивацию в использовании или участии в процессе. При включении в новую систему, для выбора новых разработок вполне логичными являются консервативность и опасения, скрытые или явные протесты, сопротивления. Однако независимо от влияния лидера, человеку, предпринимателю, потребителю, гражданину, личности важно проявлять инициативу, самостоятельность, взвешенные решения на основе опыта, знаний, интуиции, что не исключает влияние

разумной, корректной, научно-обоснованной системы управления мотивацией инновационного развития. К сожалению, такого рода управленческое влияние отсутствует и на уровне властей, и на уровне лидеров, отдельное воздействие проявляется спонтанно и бессистемно. Следует подчеркнуть, что агрессивное управление и воздействие могут вызвать отрицательный результат, снизить активность, разрушить ценностное восприятие [10].

Переход к инновационной экономике неотрывно связан с развитием инновационной культуры и адаптацией инновационных парадигм к особенностям национальной ментальности. Инновационная культура формируется эволюционно на основе позитивных примеров, образования, осмысления. Начиная с культуры потребления, общения и саморазвития на уровне семьи, личности, общества, затем во всех образовательных и научных структурах, используя коммуникации с заинтересованными лицами осуществляется трансфер знаний и технологий [9].

Разноуровневая актуальность и зрелость в формировании позитивных отношений и оптимистических настроений в обществе требуют не только исследований, анализа, обоснованной научной базы, но, прежде всего, культурных, образовательных, воспитательных, идеологических, психологических и социально-экономических условий для осознания, принятия и поддержки такого направления. Наверное, трудно представить всех новаторами и лидерами, побудить большую часть населения к творчеству, но стимулировать активное, инновационное, социально-экономическое поведение в условиях рыночной системы можно на базе информационной поддержки, развития и образования.

Мы считаем, что основными формами и типами инновационного поведения являются активное исследовательское, активное поддерживающее, консервативно-мыслительное, консервативно-критическое, созерцательно-мыслительное, когнитивно-партиципативное, пионерное, идеологическое. Модель поведения активного новатора представляет собой связанные между собой общие принципы поведения в инновационной среде, включающие

максимизацию совокупной полезности, закон убывающей предельной полезности и бюджетное ограничение. В поведенческой экономике актуальным является такой метод как фрейминг, позволяющий выявить и оценить поведение экономических агентов в условиях рыночных отношений. Так можно четко сформулировать и корректно описать экономические проблемы с целью определения их влияния на выбор и предпочтения лиц, принимающих решения, и на поведение тех, на кого направлены эти управленческие воздействия. В основе своей целью использования метода является сохранение условий, жизни, убеждений и устоев как основы относительно оптимального состояния для развития [4]. Измерение потребительского эффекта конкретной инновации представляется актуальным, поскольку позволяет дать нововведению количественную оценку на основе анализа потребительского поведения как реакции на его внедрение, отнести каждую отдельную инновацию к одной из трех классификационных групп и, в конечном итоге, обеспечить формирование инновационной политики предприятия с маркетинговых позиций. оценки значимости инноваций для бизнеса и повседневной жизни, данные россиянами, гораздо более сдержанные [5].

В отношении реагирования на инновации важно выделить также прокрастинацию, которая понимается как склонность к постоянному откладыванию даже важных и срочных дел, приводящая к жизненным проблемам и болезненным психологическим эффектам. Появление прокрастинации на индивидуальном и на макроуровне выражается в инерционном поведении экономических агентов. В рамках оценки экономического поведения экономическую прокрастинацию можно охарактеризовать как наличие у экономических агентов высокой субъективной оценки сиюминутной выгоды примитивного освоения природных ресурсов в сочетании с высокой субъективной оценкой издержек, связанных с инновационной деятельностью [7]. Низкая самооценка, самоограничение, противоречивость, перфекционизм являются ограничителями деятельности, вызывают симптоматическое сдерживание настроенности на работу. Есть

мнения, что уровень прокрастинации ниже и слабее тогда, когда лично для себя человек ожидает большой отдачи от дела, высоко оценивая его результаты. Но импульсивное поведение, слабая настойчивость, непонятные перспективы и отдаленные цели снижают активность и усиливают прокрастинацию. Четко и ясно обозначенная цель, минимальное время достижения, высокие ожидания и личная заинтересованность способствуют активному поведению, хорошему настроению и динамичной работе [8].

В условиях отсутствия мощного духовного, культурного, идеологического ориентира уровня государства или народа, наибольшая эффективность творческой деятельности невозможна в отождествлении личных интересов с организационными по причине отсутствия уверенности в реальной зависимости результатов труда от эффективности своей деятельности. Оптимизации настроений бизнеса в отношении инноваций способствует сохранение и приумножение богатства организации, поддержание экономической безопасности собственников и персонала организации, гармоничные отношения с окружающей эколого-экономической средой. В этой связи можно выделить инновационные предпринимательские страты, обладающие идеями и волей для их воплощения [5].

Многие исследователи подчеркивают, что инновационное поведение связано с самосознанием человека или группы, с пониманием своей личной инициативы как субъективно возможной и общественно принимаемой основы собственного существования. Инновационные тип мышления и поведения, личная инициатива усиливают развитие индивидуальности, самоактуализацию, способность и готовность человека к генерированию и внедрению новых идей, к реализации своего творческого потенциала [7, 9]. Новаторы, инициаторы, энтузиасты, рационалисты не всегда проявляют свои настроения полностью, вступая в противостояние с консерваторами, скептиками и ретроgrадами. Настроение оптимизма возникает при полном доверии, вере или убеждении лидера и авторитетного лица. При этом для населения, для каждого человека важны примеры инновационного позитивного поведения на уровне властных

структур, научных и образовательных организаций, на уровне лиц, управляющих процессом и призывающих к инновациям и цифровизации [11].

Основным нормативно-правовым документом, регулирующим права по интеллектуальной деятельности в России является Гражданский Кодекс РФ часть 4-ая, гл. 72 «Патентное право», после принятия которого, интеллектуальная деятельность приобрела законодательные границы, связанные с созданием и использованием изобретений, полезных моделей, промышленных образцов, то есть объектов интеллектуальной собственности, охраняемых патентом. Проблема нашего законодательства заключается в неточных размытых формулировках нормативно-правовых аспектов, исключением не является и гл.72 ГК РФ о патентном праве. Например, такие две патентные категории как изобретение и полезная модель часто путают из-за подачи примерно одинакового пакета документов, а это создает сложности в статистике и в какой-то мере искажает информацию для иностранных граждан, которые являются потенциальными инвесторами. Также в России пользуется спросом такой способ патентования, когда уже в известные изобретения вносят незначительные структурные изменения, и, пользуясь несовершенством законодательной базы, патентуют старые изобретения в качестве «новых» [5]. Получается, что процесс патентования работает на увеличение статистики, а не на качественную составляющую, видимо это и является некоторым барьером для повышения конкурентоспособности и внутри страны для местных компаний и отдельно заинтересованных в этом лиц, и за ее пределами [1].

Таким образом, инновационное развитие зависит от степени готовности общества, бизнеса и потребителей к новым разработкам и ситуациям. Возникающие риски, опасности, угрозы создают напряженную атмосферу и негативную среду, условия неопределенности и изменчивости, что сдерживает формирование активного социально-инновационного настроения. Для инновационного развития экономики страны важны оптимистические настроения граждан в отношении выбора, коммерциализации и внедрения инноваций, усиление спроса и направлений активизации поведения бизнеса и



общества. Целевое направление, совместные усилия общества, лидеров, личностей, бизнеса, институтов власти должны быть направлены на распространение и осознание идей, творческое мышление, информационное образование и понимание ценности инноваций.

### **Список литературы**

1. Гусева А. Л., Данилова В. А. Государственная стратегия охраны права на интеллектуальную собственность в Российской Федерации // Концепт. 2014. Спецвыпуск № 27. С. 1-6.
2. Долгов Ю. В. Экономическая прокрастинация как институциональная ловушка инновационного развития// Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. С. 329-336
3. Жудро М. К. Индикаторы оценки социально-экономических систем в условиях цифровых систем // Управление социально-экономическими системами. Материалы международной научно-практической конференции. В 2-х томах. 2017. С. 161-164.
4. Крымова К. О. Формирование национальной инновационной системы в России // Новая наука: Проблемы и перспективы. 2016. № 4-1. С. 128-130.
5. Кузнецов Е. Б. Проблемы перехода на инновационную модель экономики // Мир новой экономики. 2017. Т. 11. № 1. С. 15-28.
6. Метельская Т. В. Проблемы и возможности развития инновационной сферы экономики в России // Инновационное развитие. 2017. № 2 (7). С. 51-52.
7. Солодов А. К. Влияние культуры на выбор решений и оценку целевых финансовых критериев // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 3. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/03/70163>
8. Шомуродова Н. И. Основные направления институциональных изменений в национальной инновационной системе РФ // Наука и современность. 2016. № 43. С. 252-257.
9. Шуклина З. Н. Идеи, идеалы и источники инновационного развития // Международная научно-практическая конференция «Научные открытия в эпоху

глобализации». Саратов. 2016. С. 188-191.

10. Шуклина З. Н. Управление экономической безопасностью предприятия в условиях нестабильных международных отношений // Экономика и предпринимательство. 2016. № 1. Ч. 1. С. 554-561.

11. Шуклина З. Н. Формирование новых потребностей и спроса на инновации // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2015. № 2. С. 76-80.

***Shuklina Zinaida Nikolaevna*** – Professor, Department of Customs and Marketing  
Bryansk State University named after academic I. G. Petrovsky

### **INFLUENCE OF ENTROPY OF MOODS IN THE SOCIETY ON THE FORMATION OF THE DIGITAL AND INNOVATIVE SPACE**

The article presents the polemics on the problem of social reaction and moods concerning the digital economy, analyzed the reasons for the pessimistic mood, the loss of optimism and the decrease in the activity of the population, the factors of weak motivation, implicit borders and the timing of innovation, while preserving the stratification of society in terms of living standards and incomes. The article emphasizes that needs, motivations and goals form a single process of changing the state of the system, directing it to improve, prevent deterioration, eliminate discomfort, optimize the state and activate the behavior of society, business and personalities.

***Keywords:*** innovative development, digital economy, relations, moods, optimism, innovation, behavior, framing.

#### **References:**

1. Guseva A. L., Danilova V. A. State Strategy of Protection of the Right to Intellectual Property in the Russian Federation // Concept. 2014. Special Issue. № 27. P. 1-6.
2. Dolgov Yu. V. Economic procrastination as an institutional trap of innovative development // Modern problems of science and education. 2014. № 5. P. 329-336
3. Zhudro M. K. Indicators of socio-economic systems under conditions of digital systems // Management of socio-economic systems. Materials of the international scientific-practical conference. In 2 parts. 2017. P. 161-164.

4. Krymova K. O. Formation of the national innovation system in Russia // *New science: Problems and prospects*. 2016. № 4-1. P. 128-130.
5. Kuznetsov E. B. Problems of transition to the innovative model of the economy // *The world of a new economy*. 2017. V. 11. № 1. P. 15-28.
6. Metelskaya T. V. Problems and possibilities of development of innovative sphere of economy in Russia // *Innovative development*. 2017. № 2 (7). P. 51-52.
7. Solodov A. K. The influence of culture on the choice of solutions and evaluation of target financial criteria // *Modern scientific research and innovations*. 2017. № 3. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/03/70163>
8. Shomurodova N. I. Main directions of institutional changes in the national innovation system of the Russian Federation // *Science and Modernity*. 2016. № 43. P. 252-257.
9. Shuklina Z. N. Ideas, ideals and sources of innovative development // *International scientific-practical conference "Scientific discoveries in the era of globalization"*. Saratov. 2016. P. 188-191.
10. Shuklina Z. N. The management of the economic security of an enterprise in the conditions of unstable international relations // *Economics and Entrepreneurship*. 2016. № 1. Part 1. P. 554-561.
12. Shuklina Z. N. The formation of new needs and demand for innovation // *RISK: Resources, information, supply, competition*. 2015. № 2. P. 76-80.