

ОБРАЗ СУСПІЛЬНОЇ ІННОВАЦІЇ: У ПОШУКАХ УНІВЕРСАЛЬНИХ СМИСЛОВИХ ВИМІРІВ

П. Д. Фролов, м. Київ

Виокремлено ряд універсальних відносно незалежних смислових вимірів образу суспільних інновацій; вони можуть бути використані як на прямі обговорення інновацій у рамках технології збагачення громадської думки, а також для розроблення методичного інструментарію, призначеного для оцінювання образів інновацій. Зазначені виміри можуть також розглядатися як можливі змістові напрями формування образу суспільних реформ. Отримані результати прислужаться фахівцям із політичної та соціальної психології, маркетингових досліджень, реклами та ПР, журналістам та освітянам.

Ключові слова: суспільні інновації, образ реформ, соціально-психологічні технології, збагачення громадська думка, формування громадської думки.

Невпинне зростання кількості та ролі інновацій у нашому житті породжує й чимало *проблем*. Далеко не всі запропоновані та запроваджувані інновації користуються належною підтримкою. Чимало з них викликають спротив, породжують різноманітні конфлікти. Несприйняття з боку суспільства в цілому або окремих його прошарків можуть викликати як технічні, так і суспільні, а також освітні інновації. І тоді ми чуємо про несприйняття населенням курсу економічних реформ, про неготовність громадської думки до запровадження, скажімо, 12-річної освіти тощо. Не менш гострі проблеми можуть виникати у разі упровадження різноманітних інновацій і на рівні окремих виробничих чи освітніх колективів. У

будь-якому із цих випадків перед нами постає одвічне запитання: що робити? Одна з можливих відповідей на нього полягає, по суті, в ігноруванні думки суспільства, громади, колективу. При цьому зазвичай ініціатори інновацій виправдовують свою позицію тим, що, приймаючи рішення, треба спиратися не на думку необізнаної більшості, а на думку фахівців. Наслідки того, коли залізною рукою людей заганяли до світлого майбутнього, усім нам відомі із власної історії. Альтернативні варіанти передбачають підготовку людей до сприйняття тої чи тої інновації, творення належного її образу, вироблення консесусного її бачення. Розуміння того, що успішність упровадження суспільних інновацій значною мірою залежить від того, як вони сприймаються громадянами, робить актуальним як вивчення громадської думки щодо запроваджуваних реформ (як різновиду керування інновацій), так і розроблення технологій управління їхніми образами.

Мета статті: пошук деяких універсальних смислових вимірів образу інновацій. Припускаємо, що попри предметну специфічність кожної окремої суспільної інновації мають існувати деякі загальні параметри їхньої оцінки.

Сьогодні питаннями підтримки впровадження інновацій опікуються переважно фахівці з маркетингу та інноваційного менеджменту [1; 2]. Психологи, власне, тільки починають долучатися до дослідження цієї проблеми [3; 4, с. 45–56]. А література, присвячена питанням формування образу інновацій, поки що представлена здебільшого поодинокими статтями [5, с. 197–198; 6, с. 123–133; 7]. Дослідження уявлень громадян щодо інновацій, інноваційної політики, а також їхнього ставлення до інновацій як таких поки що також є досить нечисленні.

Проблеми формування образу суспільних інновацій обговорюються як урядовцями, так і широким колом фахівців (серед яких є і вчені, і практики), а також пересічними громадянами. Ці обговорення часто набувають форми палких дискусій і ведуться у багатьох площинах.

На думку очільника українського уряду М. Азарова, першочерговим завданням міністрів у 2012 р. має стати роз'яснення пересічним громадянам суті реформ команди Президента В. Януковича: “Люди мають розуміти, в чому полягає їхня особиста вигода від реформ, і тут ситуація невтішна. Рішучі висновки ми повинні зробити вже зараз. Сьогодні понад 50% громадян не розуміють суті реформи у сфері освіти та медицини. 65% нічого не знають про реформи у сфері трудових відносин і ЖКГ. Це шокуючі цифри. Як люди можуть повірити в реформи, якщо вони не знають, що в результаті буде з ними і з їхніми дітьми? Природно, вони можуть припускати різне”, – наголосив прем'єр-міністр на одному з урядових засідань [8].

Погана обізнаність щодо суті впроваджуваних суспільних інновацій є проблемою не тільки для чиновників, а й для науковців, які досліджують громадську думку щодо реформ, адже зрозуміти, що саме відображають відповіді опитаних – реакцію, власне, на інновацію чи на щось, що уявляється респондентом замість неї, вдається не завжди. Дослідники, які вивчають психологічні особливості сприймання інновацій, звертають увагу на труднощі формування їх адекватного образу і неминучість різноманітних викривлень. Ці викривлення можуть бути спричинені дефіцитом інформації про інновацію, прагненням вибудувати її образ, спираючись на вже наявний досвід, тощо. Зазначається, що важливим чинником формування образу суспільних інновацій є очікування громадян, а також ставлення до авторів реформ і тих, хто втілює їх на місцях.

Проблема співвідношення сутності суспільних реформ і їхнього демонстрованого образу турбує не тільки науковців. Зокрема, радикально налаштовані противники чинної влади піддають сумніву саму необхідність завдання формування образу, оскільки їм видається (часто цілком обгрунтовано), що творення позитивного образу інновації має на меті приховати відсутність реальних змін [9].

Як бачимо, дослідження образу інновації на підготовчому етапі, коли її впровадження лише планується або тільки-но розпочинається, стикається із серйозними труднощами. Традиційні технології зондування громадської думки на цьому етапі малоефективні через брак або дефіцит інформації про інновацію в респондентів. Через це важко сказати, якою мірою їхні відповіді відображають уявлення саме про інновацію, а якою є “реакцією олівця на запитання анкети”. Відтак існує об’єктивна потреба в нових методичних інструментах і технологіях вивчення громадської думки щодо інновацій.

Одним з таких інструментів є технологія збагачення громадської думки, запропонована американським соціологом Дж. Фішкіним. Ця технологія виявляє громадську думку, яка склалася б, якби населення було максимально та всебічно поінформоване про певну інновацію й формувало б своє ставлення до неї в процесі її обговорення з фахівцями і представниками різних груп населення. Ця технологія дає можливість також зрозуміти, як саме відбуватиметься становлення образу інновації за умови належним чином організованого інформування, діалогу між ініціаторами змін і громадськістю.

Суть цієї технології досить детально описано в низці відповідних публікацій [10–14]. Для фахівців із формування громадської думки ця технологія становить інтерес ще й тому, що образ суспільної інновації не є дзеркальним відображенням ані її реальної сутності, ані того її образу, що транслюється ЗМК або ж твориться під час міжособового спілкування.

Образ інновації, який складається в громадській думці, являє собою результат конструювання, що постає під час обговорень. Вважається, що обговорення сприяє “збагаченню” громадської думки, а в ідеалі – і виробленню певного консенсусного бачення. Таке розуміння сутності формування образу інновації не заперечує модель “індоктринації”, або просвітництва, яка передбачає “трансляцію” образу інновації, виробленого її авторами, та його “засвоєння” цільовими аудиторіями, його “вкорінення” у свідомість реципієнтів, а доповнює її. На думку Я. Е. Голосовкер, ідеться про творчу здатність до емоційного передбачення подій та явищ дійсності, емоційної уяви як основи творення смислообразу інновації. Смислообраз є не просто перехідною формою від уявлення до поняття, він являє собою свого роду вихідну метафору, яка в подальшому піддається розшифровці. Для розробників технологій формування образу інновації ідея збагачення має виняткове значення, адже, як уже зазначалося, спочатку громадської думки щодо них або взагалі не існує, або вона є несформованою, незрілою.

На сьогодні технологія збагаченої громадської думки являє собою передусім дослідницький інструментарій, у якому чи не найдискусійнішим елементом є власне етап збагачення. Зокрема, незрозуміло, за яких умов збагачення відбувається, а за яких ні; що слід вважати критеріями збагачення; чи можна виокремити певні універсальні напрями, за якими має відбуватися збагачення думки щодо будь-яких суспільних інновацій, і якщо так, то за якими саме, тощо. Виокремлення таких напрямів, на нашу думку, має прикладне значення, оскільки допомагає визначити напрям інформаційної роботи, полегшує зіставлення образів різних інновацій тощо.

На нашу думку, збагачення може відбуватися як під час стихійних, так і спеціально організованих обговорень, у яких мають змогу брати участь як прихильники, так і противники інновації. До числа умов продуктивності таких обговорень, зокрема, належать наявність суспільного інтересу до проблеми, що перебуває у їхньому фокусі, а також певна розмаїтість оцінок, думок, рольових позицій. Обов'язковою умовою збагачення, за Дж. Фішкіним, є також участь у дискусіях фахівців з обговорюваної проблеми. Необхідність їхньої участі не обґрунтовується, але неявно припускається, що саме завдяки їхнім роз'ясненням так звана сира громадська думка перетворюється на зрілу, збагачену. Підстави для такого припущення, що виконує роль аксіоми, видаються самоочевидними, адже на відміну від інших учасників обговорення фахівці (експерти) краще за інших обізнані з пропонованою інновацією. При цьому може виникати враження, що суть “збагачення” зводиться лише до передачі деякого “правильного” знання про інновацію до необізнаних або недостатньо обізнаних учасників обговорення чи тих, у кого склалося “викривлене” уяв-

лення про неї. Звичайно, такий підхід до розуміння та втілення ідеї “збагачення” не виключається. Проте він не є правильним з кількох причин. По-перше, до обговорення, як правило, залучаються експерти різних професій, завдяки чому об’єкт, створений у межах однієї професійної діяльності, оцінюється з погляду іншої професійної позиції. По-друге, пересічних громадян-учасників дискусії також можна і слід розглядати як експертів, оскільки тою чи тою мірою вони відчують (чи будуть відчувати) прямі та опосередковані наслідки впровадження інновації. Таку експертизу визначають як суспільну або споживачську. Світовий досвід застосування цього типу експертизи щодо великих соціальних та економічних проєктів на сьогодні налічує не один десяток років.

Що ж відбувається під час обговорення інновації? За рахунок чого відбувається “збагачення” уявлень про неї? За якими напрямками воно відбувається? Чи можна виокремити серед них якісь універсальні і використати їх для підвищення ефективності технології збагачення, її подальшого вдосконалення, а також для розроблення методичного інструментарію, призначеного для оцінювання образів інновацій?

На нашу думку, розмаїтість думок щодо інновації, погляд на неї з різних позицій, різноманітні аспекти її аналізу дають можливість розширити смислові виміри образу обговорюваної інновації, збагатити його. Проте збагачення не може бути зведене лише до підвищення когнітивної, складності. Окрім когнітивної, збагачення має й не менш важливу емоційну складову. Вона полягає в розширенні спектра емоційних реакцій, що пов’язуються з інновацією, очікуваними наслідками її впровадження тощо. Уявлення про інновацію “сплавляються” і набувають відповідної спрямованості, значення і смислів через найрізноманітніші людські емоції – страх, подив, сподівання, надії, радість, розчарування, захоплення, огиду, благоговіння тощо. Під час обговорення завдяки творчому емоційному співчуванню та сприянню іншим стеничні й астенічні, альтруїстичні й егоїстичні, практичні і гностичні, моральні й естетичні емоції поєднуються з “видимим полем” у формі почуттєво-наочних і/або понятійних образів, породжуючи вихідне утворення подальшого розвитку образу інновації – систему її смислообразів. Обговорення сприяють взаємодії смислообразів, пульсуванню, розширенню смислів, актуалізації особистісних, надособистісних, екзистенційних смислів, їх перетіканню, розривам та розширенню. Предметом нашого подальшого аналізу відтак буде переважно когнітивна складова.

Попри те, що під час обговорення тої чи тої суспільної інновації в центрі уваги перебувають її специфічні особливості, можна виокремити й деякі спільні, наскрізні теми, які кожного разу наповнюються новим, предметно-специфічним змістом. Існування таких тем свідчить про наявність певних універсальних смислових вимірів сприймання інновацій.

Ці виміри не є сталими, раз і назавжди визначеними. Їх кількість та суб'єктивна значущість, пріоритетність можуть змінюватися, пульсувати. Не претендуючи на всеосяжність, спробуємо окреслити основні з них.

Актуальність, потрібність, своєчасність. Значущість суспільної інновації з погляду можливості вирішення нагальних проблем сьогодення є однією з найважливіших її оцінок у часовому вимірі. Реформатори, пропонуючи змінити ті чи ті форми суспільного життя, нерідко стикаються з тим, що пропонувані ними інновації обговорюються саме в площині актуальності-неактуальності. Скажімо, уже протягом багатьох років тривають палкі дискусії з приводу актуальності розвитку фермерства. Його прихильники вважають, що майбутнє саме за фермерськими господарствами. На думку противників – це шлях в нікуди, вони вважають актуальним розвиток крупнотоварного виробництва.

Суспільні інновації можуть оцінюватися як потрібні, але несвоєчасні. У таких випадках говорять, наприклад, про те, що реформи треба було розпочинати раніше, що реформатори спізнилися. До таких *запізнілих* реформ в Україні зазвичай відносять пенсійну реформу, реформу системи охорони здоров'я, ЖКГ тощо [15; 16]. Інший варіант – оцінка реформи як *передчасної*. У цьому випадку зазвичай наголошують на необхідності “визрівання” відповідних умов, проведення відповідної підготовчої роботи тощо.

Оцінювання інновації в часових координатах може здійснюватися не тільки з позицій її відповідності проблемам сьогодення, а й з позицій завтрашнього дня. У цьому разі йдеться про *перспективність* пропонувананих чи здійснюваних суспільних інновацій.

Часовий вимір оцінки інновацій є надзвичайно важливим не тільки з погляду формування її образу, а й вибору між наздоганяльним і випереджальним шляхами інноваційного розвитку. У тому разі, коли реформатори надають перевагу вичікувальній стратегії, вимагаючи наявності усіх необхідних та достатніх умов запровадження інновацій, існує велика ймовірність опинитися на шляху суспільного розвитку, який визначають як “наздоганяльний”. Вибір випереджального шляху пов'язаний із значно більшими ризиками, невизначеностями, небезпеками і більшою мірою зумовлений орієнтацією реформаторів на майбутнє.

Важливою умовою ефективного реформування є *зрозумілість* реформ як для тих, хто має їх реалізовувати, так і для суспільства в цілому. Зазвичай у центрі уваги опиняються смислові розриви між елітою і широкими масами. На значущість цього виміру суспільних інновацій вказує існування глобальних дослідницьких проектів на кшталт проекту “Розуміння реформ”, що виконувався Глобальною дослідницькою мережею (GDN) [17]. На жаль, сьогодні найчастіше говорять про нерозуміння уря-

дових реформ. Ось лише деякі заголовки повідомлень, поширюваних ЗМК: “Освітні трансформації в Україні без розуміння реформ?”; “Тігіпко вважає, що Україна повинна потихеньку зрозуміти реформи” [18; 19]. Незрозумілість реформ, на думку деяких експертів, провокує серед громадян якщо не панічні, то принаймні песимістичні настрої [20]. Досить часто в повідомленнях ЗМК ідеться про викривлене розуміння пропонованих інновацій. Так, наприклад, більшість пересічних українців суть реформування ЖКГ вбачають виключно у підвищенні тарифів. Правда, є надія, що “2012 принесе українцям розуміння реформ” [21].

Одним із найбільш обговорюваних аспектів того, що мають розуміти про інновації їхні ініціатори та пересічні громадяни, є **наслідки** впровадження цих інновацій. Найчастіше йдеться про прямі наслідки, дещо рідше – про непрямі та віддалені. Наслідки реалізації суспільних реформ оцінюються також під кутом зору їхньої очікуваності, прогнозованості, продуктивності, безпечності тощо. Важливими з погляду формування образу інновації є суспільно очікувані наслідки реформ, адже вони можуть бути не тільки реалістичними, а й завищеними і упереджено негативними.

Зрозумілість значною мірою забезпечується доступністю інформації, простотою її викладу, проте це далеко не єдиний чинник. Крім цього, важливе значення, зокрема, має **рівень особистої залученості** до інноваційних процесів.

Іншим аспектом обговорень, який дає змогу зрозуміти сутність пропонованих суспільних інновацій, є **шляхи та конкретні механізми і способи їх утілення**. Дискусії ведуть з приводу пріоритетності тих чи тих пропонованих шляхів, доцільності запозичення чужого досвіду, пошуку власних “рецептів”, вияву власної ініціативи, необхідності врахування вітчизняних реалій, забезпеченості належними ресурсами, можливості реалізації в конкретних умовах тощо. Результатом таких дискусій стає утворення таких смислових вимірів образу інновації, як **продуманість, реалістичність, ефективність, результативність**.

Не менш важливим виміром образу суспільної інновації, який постає під час обговорення шляхів та способів її впровадження, є відповідь на запитання про те, буде її практична реалізація **насильницькою** чи ні. Цей вимір інтегрує в собі чимало інших оцінок – **відповідність інновації потребам людей, рівень її громадської підтримки, ступінь популярності, обов’язковість використання** тощо. Власне, усі вони є своєрідними індикаторами дії більш глибокого фактору, пов’язаного із розумінням, що неявно нав’язується самим терміном “упровадження”. Останній передбачає наявність певної перешкоди, подолання якої потребує відповідних зусиль. Таке розуміння є природним для суб’єкт-об’єктної парадигми мислення. Воно передбачає явний чи неявний певного ступеня сили опір

суспільного середовища. Народ при цьому розглядається як об'єкт “для здійснення над ним усіляких реформ, а не як їх суб'єкт і творець” [22]. Але спроба реалізації суспільних інновацій за відомою формулою “для народу, але без народу” чи, ще гірше, “не для народу і без народу” спричинює відчуженість людей від реформ, яка може виявлятися не тільки в активному спротиві, актах саботажу, а й у цілковитому нерозумінні нав'язуваних реформ через небажання розбиратися в їхній суті. Усвідомлення ступеня *своєї залученості чи свого відчуження* щодо запровадження суспільної інновації людина зазвичай усвідомлює у формі оцінного судження “*стосується мене особисто чи ні*”.

Відносно незалежним смисловим виміром образу суспільної інновації є її *масштаб*. Діапазон оцінок цього виміру варіює від нанореформ [23] до реформ глобальних, усеохопних тощо. Розміри останніх самоочевидні і пояснень не потребують. Коли ж ідеться про нанореформи, то мається на увазі, що процес триває, а результати непомітні. Чому? Тому що вони дуже маленькі – у наноформаті. Вплив масштабу на рівень привабливості образу реформ не є однозначним. З одного боку, громадяни, незадоволені наявною соціально-економічною ситуацією, прагнуть масштабних і радикальних змін. З другого – не люблять, коли докорінно змінюються звичні правила гри. Часто умовою успішності масштабних суспільних інновацій є їх орієнтація на деяку глобальну цінність. По суті, ідеться про ще один вимір образу суспільної інновації – морально-етичний, ціннісний.

Морально-етичний вимір образу суспільних реформ виявляє себе в оцінках її як справедливої-несправедливої, моральної-аморальної, гуманної-антигуманної тощо [25; 26]. Цей вимір образу реформ не завжди є проявленим, проте надзвичайно важливий. Ще у ХІХ ст. англійський письменник-філософ Томас Карлейль наголошував: “Будь-яка реформа, крім моральної, – марна”.

Суперечки з приводу справедливості суспільних реформ між владою та опозицією є традиційними. Опозиція звинувачує владу у проведенні антинародних, нелюдських реформ, влада ж виправдовується і називає свої реформи справедливими. Проте навіть поверховий, зроблений “на око” аналіз повідомлень ЗМК свідчить, що оцінки реформ як несправедливих, антинародних, нелюдських звучать усе частіше. Влада ж воліє говорити про реформи, які мають на меті прозаїчне покращання життя.

Наприкінці варто назвати ще один вимір образу суспільної інновації, про який побіжно було згадано на початку статті. Своєю проявленістю цей вимір зобов'язаний посиленню тенденції до симулякризації дійсності. Ідеться про намагання розрізнити образ-імітацію і образ-відображення. У

першому випадку за образом криються удавані, суто віртуальні реформи, псевдореформи, їх імітація, у другому – реформи реальні [24 – 28].

Неважко помітити, що всі вищезгадані виміри тою чи тою мірою містять емоційно-оцінну складову, яку можна розглядати і як окремий вимір образу інновації – *ступінь її привабливості і довіри до неї*.

Усі описані нами виміри образу суспільних інновацій є взаємопов'язаними, а відтак здатні “перетікати” один у другий. Суб'єктивна значущість цих вимірів не є однаковою, раз і назавжди визначеною, а наведений тут перелік – сталим.

Висновки. Попри предметну специфічність кожної окремої суспільної інновації можна виокремити деякі загальні параметри їхньої оцінки. Такими універсальними відносно незалежними смисловими вимірами образу суспільних інновацій, що їх задають, можуть, зокрема, виступати часові, емоційні, морально-етичні, когнітивні, праксеологічні та ряд інших параметрів, сутність яких розкривається через низку таких характеристик, як “своєчасна”, “запізніла”, “передчасна”, “перспективна”, “приваблива”, “моральна”, “справедлива”, “зрозуміла”, “масштабна”, “удавана” тощо. Виокремлені смислові виміри слугують своєрідними координатами семантичного простору, в якому творять образ суспільних реформ вітчизняні ЗМК. Вони також можуть слугувати напрямами обговорення інновацій в рамках технології збагачення громадської думки, а також використовуватися для розроблення методичного інструментарію, призначеного для оцінювання образів інновацій. Оскільки смислові виміри є взаємопов'язаними, здатними “перетікати” один у другий, а їхня суб'єктивна значущість не є сталою, їх реконструкція в кожному окремому випадку має здійснюватися із застосуванням психосемантичних методів і контент-аналізу.

Література

1. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. С. Д. Ильенковой. – М. : Юнити, 1997. – 311 с.
2. Маркетинг і менеджмент інновацій : наук. журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/texts.html.
3. Яголковский С. Р. Психология креативности и инноваций : учеб. пособие / С. Р. Яголковский. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 157 с.
4. Яголковский С. Р. Инновационность как предмет психологического исследования / С. Р. Яголковский // Психология : журнал Высшей школы экономики. – 2007. – Т. 4. – № 2. – С. 45–56.
5. Балущкина Е. Б. Влияние личностных особенностей на восприятие инноваций // Е. Б. Балущкина, С. А. Стельмах / Научное творчество молодежи : проблемы и перспективы развития : тез. докл. – М., 2002. – С. 197–198.

6. *Приходченко О. А.* Инновационный продукт: особенности его восприятия потребителем / О. А. Приходченко // ЭКО : всерос. экон. журнал. – 2007. – № 2. – С. 123–133.
7. *Приходченко О. А.* Психологические особенности восприятия инновационного продукта потребителем [Электронный ресурс] / О. А. Приходченко. – Режим доступа : <http://cae.nsu.ru/files/articles/Prikhodchenko>.
8. Украинцы не понимают личной выгоды от реформ, – удивлен Азаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://news.eizvestia.com/news/economy/full/ukraincy-ne-ponimayut-lichnoj-vygody-ot-reform-%E2%80%93-udivlen-azarov>.
9. *Большаков И.* Невечный двигатель. Власть использует миф о модернизации для поддержания легитимности [Электронный ресурс] / И. Большаков – Режим доступа : <http://www.kasparov.ru/material.php?id=4D41230A5F3AF>.
10. *Докторов Б. З.* Обогащенное общественное мнение [Электронный ресурс] / Б. З. Докторов – Режим доступа : <http://www.polit.ru/article/2007/12/04/doktorov/>.
11. *Докторов Б. З.* Обогащенное общественное мнение : Понятие. Социальная практика. Опыт изучения [Электронный ресурс] / Б. З. Докторов. – Режим доступа : http://www.pseudology.org/Gallup/Enriched_PO.htm.
12. *Докторов Б. З.* Обогащенное общественное мнение: понятие, социальная практика, опыт изучения / Б. З. Докторов // Мониторинг общественного мнения. – 2004. – № 3. – С. 58–70.
13. *Fishkin J.* Deliberative Polling: Toward a Better-Informed Democracy [Электронный ресурс] / J. Fishkin. – Режим доступа : <http://cdd.stanford.edu/polls/docs/summary/>
14. *Fishkin J.* The Voice of the People. Public Opinion and Democracy / J. Fishkin. – New Haven : Yale University Press, 1995. – 79 p.
15. *Залецька І.* Запзніла реформа [Електронний ресурс] / І. Залецька // Львівська пошта. – 2010 – № 126 (1010). – Режим доступу : <http://www.lvivpost.net/content/view/8621/408/>.
16. *Панченко Л.* Пенсияная реформа как запоздалая общественно-экономическая необходимость [Электронный ресурс] / Л. Панченко // Провинция : онлайн-газета. – 2011. – № 05 (1048). – Режим доступа : <http://konstantinovka.com.ua/node/13462>.
17. *Пасхавер О.* Описание [Электронный ресурс] / О. Пасхавер, Я. Ширмер. – Режим доступа : <http://photo.unian.net/ukr/detail/263998.html>.
18. Освітні трансформації в Україні без розуміння реформ? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.civicua.org/news/view.html?q=1578095>.
19. Тігіпко вважає, що Україна повинна потихеньку зрозуміти реформи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrgazeta.com/ua/11751/>.
20. Песимізм українців породжують зростання цін, незрозумілі реформи та корупція [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.volynnews.com/messages/885/>
21. 2012 принесе українцям розуміння реформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ura-inform.com/uk/politics/2011/02/10/janukov>.

22. *Задрский В.* Народ не безмолвствует. Просто он – объект реформ, а не их субъект [Электронный ресурс]. / В. Задрский. – Режим доступа : <http://blog.liga.net/user/vzadorskiy/article/8879.aspx>.
23. *Зубченко А.* Нанореформы [Электронный ресурс]. / А. Зубченко. – Режим доступа : <http://noviny.su/smi-00001712.html>.
24. *Азаров опроверг обвинения в бездействии и имитации реформ* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://podrobnosti.ua/power/2012/02/28/823038.html>.
25. *Будут реформы или имитация реформ?* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.newsland.ru/news/detail/id/907070/>.
26. *В Украине придумали очередную имитацию реформы охраны здоровья – электронную медкарту* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://vsyaprawda.com/news/news/id63815>.
27. *В энергосекторе пока идет имитация реформ, – мнение* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://biz.liga.net/all/tek/novosti/2181879-v-energosektore-poka-idet-imitatsiya-reform-mnenie.htm>.
28. *Евдокимов Д.* О кризисе и льготах, или псевдореформы за наш счет [Электронный ресурс]. / Д. Евдокимов. – Режим доступа : <http://minfin.com.ua/blogs/Evdokimov1/16834/>.

Фролов П. Д. Образ общественной инновации: в поисках универсальных смысловых измерений

Выделен ряд универсальных относительно независимых смысловых измерений образа общественных инноваций; они могут быть использованы в качестве направлений обсуждения инноваций в рамках технологии обогащения общественного мнения, а также с целью разработки методического инструментария, предназначенного для оценки образов инноваций. Указанные измерения могут также рассматриваться в качестве возможных содержательных направлений формирования образа общественных реформ. Полученные результаты могут быть полезными для специалистов по политической и социальной психологии, маркетинговых исследований, рекламы и ПР, журналистов и педагогов.

Ключевые слова: общественные инновации, образ реформ, социально-психологические технологии, обогащенное общественное мнение, формирование общественного мнения.

Frolov P. D. The image of public innovations: in search of universal semantic dimensions

A number of relatively independent universal semantic dimensions of the image of public innovation are identified. They can be used as directions for discussing innovations in the context of public opinion enrichment technology, as well as to develop methodological tools designed to assess the images of innovations. Specified measurements can also be considered as possible content directions of formation of the image of public reforms. The results can be useful for specialists in political and social psychology, marketing research, advertising and PR, journalists and educators.

Key words: social innovation, the image of the reforms, socio-psychological technologies, enriched public opinion, public opinion formation.