

Секция «Социология»

Ученые как креативный класс модернизации в России

Барихина Мария Алексеевна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: barikhina.m@mail.ru

Проблема экономического роста, повышения эффективности производства и внедрения инновационных идей является актуальной для всех современных обществ. Некоторые западные теоретики предлагают решить ее за счет привлечения в штат компаний значительного количества представителей так называемого «креативного класса».

Креативный класс – быстро растущий, хорошо образованный и высокооплачиваемый сегмент рабочей силы, от чьих усилий зависит прибыль корпорации и экономический рост [3]. Ядро креативного класса составляют люди, занятые в научной и технической сфере, а также представители творческих профессий. Главная экономическая функция – создание новых идей, технологий и нового креативного содержания.

Российское общество также предстало перед проблемой повышения эффективности производства, о необходимости полной модернизации экономики заявил Президент Медведев в своем послании в 2009 году: «В XXI веке нашей стране вновь необходима всесторонняя модернизация. . . Вместо примитивного сырьевого хозяйства мы создадим умную экономику, производящую уникальные знания, новые вещи и технологии, полезные людям» [1]. Он обозначил необходимость модернизации как перехода к обществу знаний.

Так как общество знаний – это общество, в котором инновационные процессы производства и распространения знания становятся основой его развития, то переход к обществу знаний должен осуществляться за счет ресурса, производящего это самое инновационное знание, а именно за счет креативного класса и ученых как ядра этого класса.

Этому препятствует целый ряд факторов. В первую очередь, отсутствие соответствующего социального фундамента. Для внедрения инновационных идей необходим соответствующий социальный климат, в то время как больше половины населения прошли социализацию в советский период (на основании данных Федеральной службы государственной статистики о возрастном составе населения; прошедшими социализацию в СССР считались те люди, которым на момент распада Советского Союза было 18 лет и более) [2] и сохраняют советский тип мышления, инновации приживаются довольно тяжело. Организационные структуры, особенно если мы говорим о государственных структурах, слишком формализованы. Новые кадры не имеют доступ к процессу продуцирования идей, для этого нужно пройти несколько организационных ступеней, что приводит к формализации мышления.

Культурные особенности также играют важную роль. Инновационное мышление подразумевает диверсифицированную культуру и свободу самоидентификации и выражения. Современное российское общество сложно назвать толерантным и свободным от оценок, особенно когда речь идет о выражении этнической и религиозной принадлежности.

Экономический фактор также необходимо брать в расчет. Для привлечения молодых и талантливых специалистов необходимо создать соответствующие материальные условия, позволяющие обеспечить нормальную жизнедеятельность специалиста. Ричард Флорида, автор теории креативного класса, отмечает, что креативный класс выбирает места концентрации трех «т»: толерантности, технологии и таланта.

Следовательно, процессу модернизации экономики должен предшествовать процесс комплексной модернизации социальной сферы; необходимо создать климат, оптимальный для функционирования креативного класса.

Сам по себе креативный класс сложно идентифицировать по каким-либо формальным или статусным критериям, но важной характеристикой является наличие хорошего образования. Ричард Флорида отмечает, что креативный класс не мыслит себя как класс, но разделяет общий этос, для которого важны креативность, индивидуальность, разнообразие и личные заслуги. Главными социально-психологическими характеристиками являются: активная жизненная позиция, неформализованное инновационное мышление, способность к принятию нестандартных решений в условиях неопределенности. Креативный класс характеризуется преобладанием прагматичных жизненных ценностей.

Таким образом, креативный класс и ученые как ядро этого класса в силу своей образованности и социально-психологической склонности к инновационному мышлению и при соответствующих социально-экономических и культурных условиях способны продуцировать инновационные идеи и стать движущей силой процесса модернизации в России.

Литература

1. Послание президента РФ Дмитрия Медведева Федеральному Собранию Российской Федерации /Рос. газ. 13.11.2009, с. 3
2. Федеральная служба государственной статистики: <http://www.gks.ru/dbscripts/Cbsd/DBIn>
3. Richard Florida. The rise of the Creative Class: <http://www.washingtonmonthly.com/features/2>