

А.Е. Левинтов, Р.Ю. Максишко

**Миссия науки.
Наука как творчество.
Стихийный научный продюсинг**

Анализ ситуации с инициированием, проведением и продвижением научных исследований в России выявил проблемы излишней политизации науки в нашей стране. За рубежом превалирует другая проблема – полная коммерциализация науки, чрезмерное подчинение ее рынку и – основной современный тренд – представление и выстраивание научной деятельности как предпринимательской.

Иными словами, если в России исследование не подчинено великим целям правящих кругов, то это не наука. На обобщенном Западе же – не наука то, что не продается. И этот критерий в ходе варварской капитализации России на необуржуазный манер, когда рынок и предпринимательство стали восприниматься всеми как панацея для оздоровления больного общества, к величайшему сожалению, в последние годы для нас тоже становится актуальным.

И тот, и другой подходы представляются нам односторонними, ущербными и неверными, *полностью искажающими смысл и значение науки, ее миссию для развития человечества*. И научному продюсеру в первую очередь придется разобраться с этим.

Итак, что же такое наука?

Или лучше спросить по-другому: что движет истинным ученым в его нелегком научно-исследовательском труде? Эти мотивы можно представить в виде трех главных жизнедеятельностных фокусов, концентрирующихся в единой сфере под названием «НАУКА». Также их можно рассматривать как рамки той или иной деятельности, относящейся к науке: инспирирующей, стимулирующей и нормирующей ее под общим флагом бескорыстия, ибо истинная наука и корысть – вещи совершенно несовместимые.

Как бы сложно ни была организована современная наука и какие бы технологии ни использовались в современных научных разработках, эта сфера

человеческой деятельности всегда будет принципиально отличаться от промышленного и иного производства, транспортных и информационных организаций и организованностей: ученый не превращается в «винтик» и элемент конвейера или машины знаний, он сохраняет свою интеллектуальную независимость и значимость, свою индивидуальность и ответственность, вынесенную за пределы «общего дела» и совместной деятельности. Эта, индивидуальная позиция ученого, работающего в одиночку или же в коллективе, описывается тремя фокусами (Рис.1).



Рис. 1. Фокусы самоопределения позиции ученого

Любопытство двигает ученого вперед, инспирирует, оттачивает и настраивает его *понимание*, дает силы, выявляет интересные проблемы, нуждающиеся в проработке, открывает пути применения исследовательских талантов и компетенций, инициирует научную работу. По-видимому, сюда же следует положить бескорыстные поиски истины.

Желание изменить мир, сделать его благодаря исследованиям лучше, стимулирует *креативную* составляющую в научно-исследовательской деятельности. В этих рамках ученый предстает перед нами как творец и создатель. Он – это человеческое, соответствующее образу и подобию Божьему. В нем пробуждается личностное отношение ко всему, что его

окружает. В этом смысле для ученого мир не только уже сотворен, но и творим, и он, ученый, – участник этого творения.

Человечность же, или *гуманизм*, устанавливает в ученом внутренние критерии *блага* или вреда от его научной деятельности и для отдельного человека, и для человечества. Она упорядочивает работу исследователя, приводя ее в соответствие с культурными и цивилизационно-гуманистическими нормами, активизирует терпимость и трепетное отношение к другой личности как таковой и ко всему человечеству в целом.

Гуманистическое исследование покоится на *ценностях*, важнейшими из которых являются:

- допущение множественности истин

(признание множественности истин ведет к признанию и множества путей достижения ее, методов; в гуманитарной сфере имеется избыточное количество теорий и гипотез, конкурирующих между собой, и все они носят объяснительный характер, что и допускает их разнообразие)

- отказ от субъект-объектных отношений и переход к субъект-субъектным отношениям, устанавливающим равноправность и равно-вменяемость участников исследования, а в более отдаленной перспективе – к субъект-спиритуальным отношениям

(никто не желает быть ничьим объектом, уклоняется и от исследования себя как объекта, и от управления собой; субъект-субъектные отношения предполагают, оба субъекта способны к изменениям, что исследователь с неизбежностью изменяется – и вовсе не только по мере своего воздействия или проникновения в исследуемый им субъект)

- рефлексивность

(принципиально важно, что рефлексия в гуманитарных исследованиях тесно связана с пониманием: можно говорить о понимающей рефлексии и рефлексивном понимании как фундаментальной ценности данного вида работ).

Ни политики, ни государства, ни денег, ни рынка в этой принципиальной схеме нет и быть не может. Это необходимо знать и помнить!

Они возникают позже – вторичным слоем при погружении науки в социокультурную и экономическую действительность. И в тот роковой момент, когда происходит подмена, и вторичный слой в общественном сознании становится первичным и даже основным, истинная наука как явление исчезает. Она еще продолжает теплиться в отдельных гениальных личностях – не от мира сего – но это не носит системного характера. Система требует от науки совсем другого, а именно: постоянного доказательства

непогрешимости самой системы как единственно правильной и возможной, а также поиска и внедрения принципов ее планомерного укрепления и совершенствования.

* * *

В правильно организованной науке собственно ученых немного. Однако для их работы требуется много инженеров, техников, IT-специалистов, библиотечных работников, аспирантов, лаборантов, редакторов, корректоров, типографов, мастеров клининга, охраны, обслуживающего персонала и общепита, секретарш, референтов и т.п.

Позиции настоящих исследователей в науке достаточно понятны:

- теоретики
- аналитики
- сборщики информации
- вычислители и обработчики информации

При этом ведущую позицию занимают теоретики: как создатели идей, гипотез и теорий, так и фальсификаторы этих идей и теорий. В этой схватке чаще всего побеждают именно фальсификаторы, оберегая тем самым человечество от бурного потока плохо перевариваемых теорий-заблуждений. Однако имена этих героев и стойких защитников спокойствия человечества неблагодарная история, как правило, не сохраняет.

Для креативной научной деятельности, помимо самих людей, обладающих воображением, смелостью, тщеславием, скептицизмом и, на всякий случай, хорошей теоретической подготовкой, необходимы всего два условия:

- повод-озарение (ad hoc)
- уединение

Одиночество теоретика-креатора до краев заполнено напряженнейшим диалогом – с самим собой, с Богом, с природой, с другими теоретиками. Именно в этом коммуникационном бульоне и рождаются идеи, гипотезы и теории. И здесь важнейшей проблемой является идеологическая и мировоззренческая составляющая, а вовсе не организационная или финансовая. Конечно, в финансовом плане наука недополучает – это неоспоримый факт, но даже если предположить, что завтра государство выделит на исследования пятьсот триллионов рублей, ситуация все равно не изменится, потому что в стране нет нужного количества настоящих ученых кадров, готовых и умеющих работать исходя из здорового исследовательского любопытства. И что совсем печально, сознание ученого устроено так, что он

не может одновременно быть и выдающимся креативным исследователем, создающим новые теории, и успешным менеджером. Чем лучше ученый, тем хуже он – менеджер. Исключения составляют лишь особо выдающиеся личности. Связь мира ученого с окружающими действительностями должен обеспечить *научный продюсер* (Рис. 2).

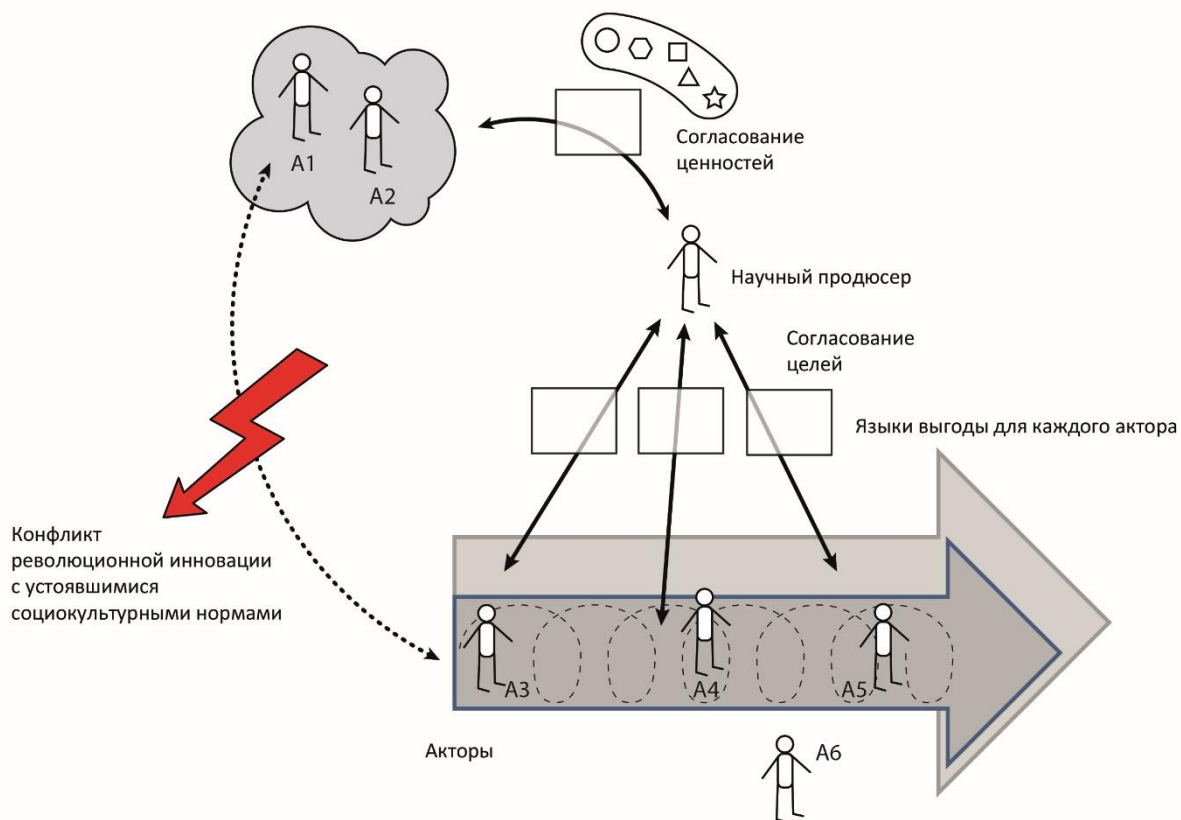


Рис. 2. Модель научного продюсинга

В этой схеме:

- A1 – ученый теоретик или ученый прикладник
- A2 – ученый-практик (рационализатор, инженер, конструктор)
- A3 – заказчик научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ (НИР и НИОКР)
- A4 – заказчик продвижения НИР и НИОКР
- A5 – заказчик внедрения результатов НИР и НИОКР (НИИ, производство, сервис, финансовый институт)
- A6 – потребитель результатов НИР и НИОКР

Это означает, что научный продукт должен быть не просто отчетом, а продуктом, пакетированным в оболочках маркетинга и рекламы, культуры и истории, и т.п., а также иметь выходы:

- в профессиональную научную среду
- в образовательную среду
- в социокультурную среду

Проблем в науке вскрыто немало, и здесь нам жизненно важно научиться не только затыкать дыры, реагируя на сложные ситуации постфактум, но сознательно готовиться к вызовам будущего и строить работу так, чтобы специалисты нового типа были способны:

- иметь дело с более быстрыми изменениями, чем когда-либо прежде
- к работам, которые еще не появились
- к использованию технологий, которые еще не изобретены
- к решению проблем, о появлении которых мы пока не знаем

Таким образом, мы можем говорить о двух гиперкомпетенциях как самого ученого, так и научного продюсера: **понимание** (умение анализировать ситуацию, адекватно реагировать на ее изменения, прогнозировать тренды) и **креативность** (способность к созданию нового).

При этом – заметим в сторону – становится понятно, почему многие наши коллеги часто сравнивают научный продюсинг с работой продюсеров в кино, театре, шоу- и арт-рынке. Дело в том, что в обоих случаях речь идет о специфической управленческой деятельности, охватывающей позиции, способные породить что-то новое будучи исключительно свободными. Никакие команды, регламентации и увещания здесь не действуют – только согласование ценностей (в отличие от целей, которые необходимо согласовывать в классическом менеджменте).

* * *

Стихийный научный продюсинг существовал с древнейших времен. Собственно, с тех пор, как возникла наука. Все известные нам философы и ученые были в той или иной степени продюсерами, поскольку они сумели выстроить ситуацию продвижения и развития своих идей. Платон, Аристотель, Архимед, Авиценна, Коперник, Леонардо, Галилей, Ньютон, Лейбниц, Ломоносов... можно долго перечислять эти хорошо знакомые всем имена – несть им числа. На их ярком фоне погибло в безвестности огромное количество исследователей, алхимиков, духовидцев, мысли которых так и затерялись в мутных потоках Леты.

В принципе, все можно было бы оставить и так, как оно текло всю жизнь самотеком. Однако увеличивающаяся скорость современной жизни диктует нам – работникам науки – новые задачи, требуя специфических действий по продюсированию исследовательской деятельности. Причем, эти действия должны быть транслируемыми, понятными и самим исследователям, и обществу, идеологически и морально приемлемыми и т.п.

Это заставляет нас работать сразу в трех сферах научного продюсинга:

- теории
- методологии
- образовании