

Секция «31.11 Контуры экономики будущего: предпринимательство, финансовая система и корпорации в системе национального технологического суверенитета»

Агентность предпринимателей и корпоративных предпринимателей в креативных и цифровых индустриях как ресурс экономики будущего

Научный руководитель – Сорокин Павел Сергеевич

Басырова Чулпан Ильнуровна

Выпускник (бакалавр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Факультет социальных наук, Москва, Россия

E-mail: chulpan.basyrowa2016@yandex.ru

В рамках вопросов социальных исследований и современности все больше внимания привлекает созидательный потенциал человеческого действия в трансформации экономических и организационных структур. В условиях замедления экономического роста и ограничений внешних ресурсных возможностей контуры экономики будущего во многом должны определяться новыми предпринимательскими и корпоративными решениями, возникающими «изнутри» практик самих акторов. Одним из ключевых источников таких решений выступает человеческая агентность [1, 2]. В этом отношении особый интерес представляют попытки определить возможные контуры новых предпринимательских решений, опирающихся на агентность молодых специалистов в креативных и цифровых индустриях. Контуры экономики будущего и технологический суверенитет в этих сферах во многом зависят от того, как молодые предприниматели и корпоративные специалисты конструируют свои образовательные и карьерные стратегии, превращая структурные ограничения в ресурсы. В качестве теоретической рамки используется подход к агентности в русле теории неоструктуризации [3], где агентность понимается как способность акторов рефлексивно переопределять и использовать структурные условия (рынок труда, корпоративные и образовательные институты) для реализации собственных проектов. Задача доклада – показать, какие формы предпринимательской и корпоративной агентности проявляются в траекториях молодых участников креативных и цифровых индустрий и как через них вырисовываются возможные контуры экономики будущего.

Эмпирическая база доклада опирается на материалы исследования траекторий студентов и выпускников на российском рынке труда, реализованного в 2024–2026 гг. в креативных и цифровых индустриях (прежде всего IT, дизайн). Исследование сочетает три взаимодополняющих метода: 1) анкетный опрос ($N > 900$); 2) углубленные интервью ($N = 40$) с корп.предпринимателями, предпринимателями и самозанятыми; 3) цифровую этнографию (анализ более 100 цифровых следов пользователей на платформах, посвященных вопросам труда и занятости).

Агентность молодых предпринимателей и корпоративных предпринимателей в креативных и цифровых индустриях проявляется как сочетание ранних практик действия, специфического отношения к структурам и особой логики образовательных и карьерных решений. Уже в школе большинство начинает зарабатывать и запускать небольшие проекты. Те, кто не выходил в формальный труд, включались в волонтерские и организационные проекты. Эти ранние практики формируют базу агентности: умение инициировать действия, брать ответственность, организовывать других и выдерживать неопределенность.

Анализ интервью показал, что акторы обладают особой стратегичностью, причем это здесь понимается не как жесткий долгосрочный план, а как «квaziстратегия» – устойчивый, но подвижный вектор самореализации, который удерживается несмотря на смену сфер, переходы между наймом и бизнесом, кризисы и внешние шоки. Также наблюдается

рефлексивность, которая проявляется в том, что каждый новый опыт осмысливается как ресурс для следующего шага: акторы анализируют, что сработало, что нет, и перенастраивают траекторию, не отказываясь от общего курса.

Агентные траектории групп респондентов различаются по тому, какой ресурс они ставят в центр своей стратегии: индивидуальный человеческий капитал или социальные сети и экосистемы. На пересечении образовательных, профессиональных и цифровых пространств вырисовываются, по крайней мере, две выраженные фигуры агентных акторов – **«нелинейные профессионалы»** и **«сетевые интеграторы»**.

Нелинейные профессионалы – это акторы с «ломаными» карьерами, у которых базовое образование не совпадает с текущей деятельностью и несколько раз менялись профиль и роли. Они делают ставку на курсы и самообразование, воспринимают университет как стартовую точку, активно используют цифровые платформы и проекты для пересборки траектории, а главным ресурсом считают индивидуальный человеческий капитал. Сетевые интеграторы – это группы, для которых ключевым активом становятся не только собственные навыки, но и целенаправленно выстроенные сети / социальный капитал. Они используют образовательную и профессиональную среду для поиска клиентов и партнеров, сознательно развивают связи и умеют собирать под задачи нужные конфигурации людей, превращая сеть в основу новых проектов и организационных форм.

Образовательная среда в свою очередь выступает одним из ключевых механизмов формирования агентности. Именно университет, а не школа, воспринимается респондентами как главный источник мышления, ресурсов и связей. При этом решающим фактором школьного периода оказывается не сама институция, а наличие раннего проектного опыта – волонтерских, общественных инициатив задают базовую практику самостоятельного действия.

Таким образом, обращение к траекториям предпринимателей и корп.предпринимателей в креативных и цифровых индустриях позволяет переопределить вопросы экономики будущего в терминах агентности. Показано, что ключевыми факторами формирования предпринимательской и корпоративной агентности выступают ранний проектный опыт, «квазистратегии» и разные конфигурации человеческого и социального капитала, задающие готовность к экспериментированию, переквалификации и работе с сетью. Механизмы реализации агентности включают превращение структурных ограничений рынка труда, образовательной и корпоративной среды в ресурсы для запуска и масштабирования проектов, а также использование образовательных и сетевых экосистем как площадок для генерации и продвижения новых решений «изнутри» существующих организаций. Эффекты этих режимов агентности проявляются в возникновении новых предпринимательских и корпоративных инициатив, проектных команд и форм, через которые происходит обновление практик и контуров экономики будущего. Тем самым поиск новых решений в управлении бизнесом, в организации образовательного опыта и в поддержке инновационных проектов, ориентированных на созидательное действие, требует прямого обращения к агентности как к центральному элементу человеческого потенциала и одному из внутренних ресурсов национального технологического суверенитета.

Источники и литература

- 1) 1. Сорокин П. С. Проблема «агентности» через призму новой реальности: состояние и направления развития // Социологические исследования. 2023. № 3. С. 103–114.
- 2) 2. Sorokin P. S. The Promise of John W. Meyer's World Society Theory: «Otherhood» through the Prism of Pitirim A. Sorokin's Integralism // The American Sociologist. 2020. Vol. 51. No. 4. P. 506–525.

- 3) 3. Toomela A. Quo Vadis, Cultural Psychology? Time to Become Psychology. Again //Integrative Psychological and Behavioral Science. – 2025. – Т. 59. – №. 4. – С. 75.