

Секция «Современные социальные трансформации: факторы, условия, результаты»

Проблема коммерциализации социально-гуманитарного знания

Научный руководитель – Шульц Владимир Леопольдович

Ширинская Дарья Михайловна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия
E-mail: zobnina-97@mail.ru

В современном обществе знание все большее проникает в экономическую сферу жизнедеятельности, становится одним из видов нематериальных капиталов. Тесное взаимодействие знания и экономики можно обнаружить в феномене коммерциализации научного знания.

В постиндустриальном обществе спрос на знание определяется практичностью - происходит смена критерия научности на основе принципа практикоориентированности: «научно то, что можно применить на практике». Знание естественных и точных наук имеет больше возможностей соответствовать новому фактору научности - применение научных результатов точных наук в сфере изобретательства и новых технологий легко представить даже обывателю. Социально-гуманитарные науки в свете нового критерия научности воспринимаются современным обществом как что-то несерьезное и вторичное. Однако последнее время становится заметным набирающий популярность феномен коммерциализации социально-гуманитарного знания, который отражается в существующем общественном запросе на социологические исследования. Знания о жизни общества, его настроениях и потребностях становятся востребованным товаром для коммерческих организаций с целью построения маркетинговых стратегий.

Цель исследования: выявить основные характеристики феномена коммерциализации социально-гуманитарного знания, его последствия для науки и общества.

Феномен коммерциализации знания впервые отражен в труде Ж. Ф. Лиотара. Специфика феномена коммерциализации социально-гуманитарных наук находит свое отражение в трудах А.Е. Яровой. Теории социального конструктивизма рассматривают науку не как объективное отражение реальности, а как результат социально обусловленной деятельности. Анализ науки как социального феномена порождает идею взаимосвязи социального статуса определенных научных дисциплин и их прогрессивного развития. Другими словами, науки, востребованные обществом, развиваются быстрее, в то время как непопулярные науки рискуют быть на грани исчезновения.

Социально-гуманитарные науки имеют низкий статус и воспринимаются как вторичные знания, не несущие практической важности для общества. С целью избежать забвения, социально-гуманитарные науки должны подстроиться под новый критерий научности в современном обществе и стать более практикоориентированными. Из всех социально-гуманитарных наук социология имеет больше шансов соответствовать критерию применения на практике. Прикладной характер социологии делает ее востребованной дисциплиной для решения конкретных задач - в первую очередь у бизнеса есть запрос на получение некоторой информации о жизни общества, которую можно добыть непосредственно с помощью социологических методов исследования.

Коммерциализация знания представляет собой процесс трансформации научного теоретического знания в знание прикладного характера, на которое существует определенный экономический спрос. Можно выделить три теоретических области воплощения феномена

коммерциализации знания в современном обществе: 1. коммерциализация научного знания как результата научной деятельности; 2. проблема коммерциализации науки как социального института; 3. проблема коммерциализации образования, как непосредственного элемента производства научного знания.

Проанализировав феномен коммерциализации социально-гуманитарных наук, мы можем сделать вывод о том, что процесс коммерциализация для социально-гуманитарных наук несет меньшее количество рисков в отличии от наук естественных и точных. Происходит это в первую очередь из-за того, что коммерциализация естественных и точных наук подразумевает смещение фокуса с теории на технически-прикладной характер инноваций. В случае с социально-гуманитарными науками, известными своим теоретическим, зачастую далеким от жизни характером, специализация на прикладной части создает некоторый баланс между практикой и теорией. Именно этот потенциальный баланс, вызванный феноменом коммерциализации, может повысить общий статус социально-гуманитарных наук.

Источники и литература

- 1) Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / пер. с фр. Н. А. Шматко. СПб.: Алтейя, 2015. 160 с.
- 2) Яровая, А. Е. Место социально-гуманитарных наук в концепции университета 3.0: вопросы перспективы / А. Е. Яровая // Актуальные вопросы современной науки : сборник статей по материалам XVII международной научно-практической конференции, Томск, 19 декабря 2018 года. – Томск: Общество с ограниченной ответственностью Дендра, 2018. – С. 164-175. [Электронный ресурс]. Статья. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_37162215_44948556.pdf (дата обращения: 06.02.2022)