

modern secular, secularized world, tired of the Christian escheat of the divine, making people "weak." The day, which began in 2012, will overcome, believe the supporters of Orthodox paganism, the swarm night, which began in 988, and return the wisdom of the ancestors to the Slavs. Christian theocentrism, say grammathologists of the late twentieth century, condemns mortals to passive existence in a world created as the Text of the Great Creator. "They can only observe, read, interpret and admire the wisdom of its author".

Keywords: *secularization, desacralization, Christianity, Bible, clerics, advocates, faith, morality, the environment, atheism.*

УДК 165.2

М.М. Ведмедев

Сумской государственной педагогический
университет имени А. С. Макаренко

ЛЕГИТИМИЗАЦИЯ ЗНАНИЯ В КОНТЕКСТЕ ЗНАНИЕВЫХ ОБЩЕСТВ

Статья посвящена проблеме легитимации знания в современных обществах знаниевого типа. Проанализированы эпистемологические последствия действия таких факторов легитимации как принцип перформативности в производстве знания, коммерциализация интеллектуальных продуктов, влияние средств массовой информации на исследовательскую деятельность. Описаны изменения в структуре науки, мотивации в сфере образования, формах организации исследовательской работы, вызываемые воздействием данных факторов.

Ключевые слова: *легитимация, знание, наука, перформативность, знаниевые общества, средства массовой информации, образование, университет.*

Комплекс проблем, связанных с легитимацией знания (в том числе научного), вызывает сегодня все возрастающий интерес специалистов в области философии и социологии науки. Об этом свидетельствует, в частности, разработка серьезных исследовательских проектов в данной области [7]. Причина упомянутого внимания обуславливается рядом обстоятельств. С одной стороны, это, безусловно, изменившаяся роль знания в обществах знаниевого типа («knowledge society», «knowledge-based society», «knowledgeable society», «knowledge-value society»). Существенно изменились критерии и формы оценки интеллектуальных продуктов, способы работы с ними, стратегии поведения их заказчиков и производителей.

С другой стороны, речь следует вести о важном сдвиге в методологическом сознании исследователей, занимающихся соответствующими вопросами. Произошел отказ от сугубо эпистемологической

трактовки (свойственной позитивизму и трансцендентализму) развития и обоснования знания, когда акцент ставился почти исключительно на имманентной логике данного процесса. Возникло понимание важнейшей роли во всем этом многочисленных и разнообразных социальных факторов – профессиональных иерархий, корпоративных интересов, властных отношений, коммуникативных сетей и т.д. и т.п.

Сегодня проблемное поле, связанное с осмыслением легитимации знания, охватывает разнообразную и неоднородную проблематику. Оформились подходы к описанию форм и механизмов легитимации знания. Среди них чаще всего называются концепция власти-знания М. Фуко, исследования «поля науки» и университетской среды П. Бурдьё, теория легитимации Ж.-Ф. Лиотара, акторно-сетевая теория Б. Латура [5]. Следует отметить, что каждый из названных подходов имеет свои весомые результаты. В тоже время есть основания утверждать, что разработка проблематики легитимности пока что только оформляется. Многие важнейшие аспекты лишь начинают осмысливаться. Это относится, в частности, к вопросу об эпистемологических последствиях действия социально-экономических факторов легитимации в знаниевых обществах. Некоторые аспекты данной проблемы и рассматриваются автором в данной работе.

В контексте изучения проблем легитимации научного знания особо следует отметить подход Ж.-Ф. Лиотара. Значимость его разработок заключается в увязывании способов легитимации науки с особенностями производства и использования знания в современных обществах. Кредо философа представлено в следующих рассуждениях. «Старый принцип, по которому получение знания неотделимо от формирования (*Bildung*) разума и даже от самой личности, устаревает и будет выходить из употребления. Такое отношение поставщиков и пользователей знания к самому знанию стремится и будет стремиться перенять форму отношения, которое производители и потребители товаров имеют с этими последними, т. е. стоимостную форму (*fomie valeur*). Знание производится и будет производиться для того, чтобы быть проданным [4, 18]. В другом месте: «Вместо того, чтобы распространяться в силу своей «образовательной» ценности или политической значимости (управленческой, дипломатической, военной), можно представить себе, что знания будут введены в оборот по тем же сетям, что и денежное обращение, и что соответствующее этому расслоение прекратит быть делением на знание/незнание, а станет, как и в случае денежного обращения, «знаниями к оплате/знаниями к инвестициям» [4, 22]

Он подчеркивает, что мы являемся свидетелями стремительного формирования мирового порядка, где производство нерыночного объекта (не-товара) становится явлением маргинальным. И производство знания не является исключением. Таким образом, критерий, согласно которому социальная ценность знания определяется его значимостью в деле

формирования личности, теряет свое значение и заменяется утилитарными, рыночными оценками.

В работах патриарха западного менеджмента П. Друкера содержатся близкие к этому соображения. Вспоминается Сократ, который считал, что цель знания заключается в содействии самопознанию и саморазвитию личности. Именно такое толкование знания в течение двух тысяч лет имело определяющее значение для европейской системы образования и, собственно, для самого понятия знания. П. Друкер пишет о том, как изменились языковые выражения за последние десятилетия. В прошедшие времена не употребляли такое словосочетание, как «человек, который владеет знаниями». Говорили: «образованный, ученый человек». Образованные люди – это лица, которые имели широкую эрудицию, были в состоянии поддерживать беседу, писали на разнообразные темы.

Знание сегодня – информация, которая имеет практическую ценность и ведет к получению конкретных результатов. Это не общее знание, а знание высоко специализированное. Вывод: новое общество должно быть основано на знании, которое организовано в виде специализированных дисциплин, а его членами должны быть люди, которые владеют специальными знаниями в разных отраслях [3].

В работе «Состояние постмодерна» Ж.-Ф. Лиотар сосредоточивается на вопросе о коренном изменении способа легитимации науки. Во времена Просвещения наука добивалась социального признания, используя ссылки в духе: служение интересам прогресса, народа, эмансипация личности. Но подобные сентенции откровенно расходились с ее имманентным принципом эмпирического обоснования. И на смену старому принципу легитимации пришла легитимация рыночная как единственный аргумент, который можно серьезно принимать во внимание.

В трудах Ж.-Ф. Лиотара содержатся размышления, которые непосредственным образом касаются ресурсного статуса знания в современных обществах. Исследователь считает, что знание и информация испытали глубокие и взаимосвязанные изменения. В первую очередь, отмечает он, их производство все чаще ограничивается ситуациями, когда предварительно известно, что они востребованы и эффективны, то есть *перформативны* (заведомо востребованы). Имеется в виду, что информацию собирают, анализируют и создают снова лишь тогда, когда это полезно. Такой подход имеет в своей основе идею системности, когда сначала устанавливается, о чем нужно узнать. Это совмещается с требованиями программного подхода, где допускается, что информация создается только тогда, когда понятно, как ее практически использовать.

В процессе таких трансформаций любая информация приобретает черты компьютерной, а перформативные характеристики становятся легко измеряемыми. Она становится частью системы, в которой происходит

оптимизация связи «входа» и «выхода», другими словами, ее «эффективности» [4, 36]. Более того, как и в других системах, в этой возникает контур обратной связи: чтобы повысить эффективность системы, нужна информация, а как критерии эффективности предусматривается отбор той информации, которая повышает эту эффективность.

Действие фактора перформативности сочетается с тем обстоятельством, что информация, как уже подчеркивалось выше, все чаще становится товаром. Ж.-Ф. Лиотар замечает, что в информационной сфере все чаще работают рыночные механизмы, которые помогают оценить степень ее перформативности. Действуя совместно, два названных фактора приводят к возникновению ситуации постсовременности, в корне изменяя при этом все строение естественно научного и социально-гуманитарного знания. Первый фактор – стремление к перформативности – вызывает снижение статуса, а то и отмирание всех видов знания, которые оказываются невостребованными и неэффективными. Такие, скажем, дисциплины как философия или эстетика не отвечают критерию перформативности, тогда как изучение финансов или менеджмента, напротив, удовлетворяют этому критерию. Поэтому уровень знания в области философии или эстетики падает, а в отрасли финансов или менеджмента – растет, исследование в тех сферах знаний, которые имеют прагматичную направленность, оказываются более востребованными. В социальных науках это, например, исследование в области трансфера технологий, они оказывают влияние на рынок, и потому на их проведение легко получить финансирование. Специалисты, интересы которых в соответствии с критерием перформативности можно рассматривать как экзотичные или далекие от практики, оказываются на обочине.

Все отмеченное ведет к глубокому изменению мотивации в получении знания. Отмеченные критерии могут использоваться не только по отношению к институализированным системам производства знания, но и к образованию в целом: мотивами получения знания должны стать слова «как я могу повысить свои возможности зарабатывать?», «как образование повлияет на мою конкурентоспособность?». Школа больше не призвана готовить достойных граждан. Из нее выпускаются лишь более квалифицированные люди, которые работают более производительнее. Образование – лишь шанс получать большую заработную плату [6, 6]. То есть знание и образование в данном случае теряют свою самооценку, а воспринимаются сугубо как ресурс, в частности в деле получения преимуществ на рынке труда.

В связи со всем этим университет теряет функцию формирования идеалов, а продуцирует лишь компетенции. Студента уже не должен тревожить вопрос «является ли это истинным?», а лишь вопрос «для чего это нужно и можно ли это продать?» Владение компетенцией должно быть таким, которое продается. Следовательно «прекращает существование компетенция, которая

определяется другими критериями: истинное/ложное, справедливое/несправедливое и тому подобное» [4, 124].

Среди постмодернистов не наблюдается особенной склонности сформулировать все те следствия, которые с необходимостью вытекают из приведенных констатаций. В первую очередь относительно положения той важнейшей части корпуса научного знания, которая не может быть преобразована в товар. Ведь относительно знания фундаментального, знания мировоззренческого невозможно предварительно сказать, в какие практические результаты оно воплотится. Следствием этого должно быть (а в наше время такое часто можно наблюдать) угасание тех сфер интеллектуальной активности, которые не предназначены для получения безотлагательной выгоды (экономической или политической). Однако не секрет, что подобное состояние дел является патологией в науке как органической системе, которая ведет к ее деградации.

Исследования Ж.-Ф. Лиотара, безусловно, не охватывают всех аспектов проблемы *легитимации знания и статуса его носителей*. З. Бауман обращает внимание на такой момент проблемы как стремительное снижение роли университетов и профессиональных академических сообществ в названном процессе.

Нынешний кризис образования, подчеркивает он, – это кризис институтов и доктрин, которые достались современникам в наследство от предыдущих времен. Институты и доктрины были в совершенстве адаптированы к той социально-культурной реальности, которая сегодня стремительно исчезает. Университет, уходящий своими корнями во время Средневековья, приобрел свою классическую форму в эпоху Модерна. «Носители знания, исследователи новых и распространители старых истин приближались к властям предрежающим или даже вступали с ними в конкуренцию ... оказываясь в центре институциональной сети и в ранге высшего духовного авторитета» [1, 162]

Сегодня состояние дел коренным образом изменилось под воздействием ряда причин – стихийных рыночных сил, медиа-среды, ценностных ориентиров Постмодерна. Технологическая гонка превращает приобретенные знания и навыки в ненужный груз, быстро сокращая срок их пригодности. Университеты неуклонно теряют функцию профессиональной подготовки. Им все более сложно конкурировать с разнообразными формами профессиональной переподготовки на рабочем месте и даже с краткосрочными курсами и семинарами, которые проводятся в выходные дни. Даже то обстоятельство, что в последнее время желающих вступить в вузы не уменьшилось, не добавляет оптимизма. Специалисты не без основания видят в университете место временного убежища для молодежи в условиях хронической безработицы.

С современной медиа-средой также связана серьезная проблема социального статуса науки и всех тех, кто к ней причастен. Сегодня СМИ превратились в главный источник и средство получения авторитета. Репутация

все чаще достигается за пределами университета, а роль научного общества, мнение которого раньше имело важное значение неуклонно снижается. Известна сентенция Р. Декарта «я мыслю, следовательно, я существую» звучит теперь иначе: «обо мне говорят, следовательно, я существую». Средствам массовой информации не хватает времени, чтобы лелеять славу, однако им хорошо удастся культивировать популярность. Длительный и тяжелый поиск истины не пригоден для того, чтобы происходить на глазах публики, внимание которой он вряд ли привлечет. «С того времени как известность заняла место славы, преподаватели колледжей вынуждены вступать в состязание со спортсменами, звездами эстрады, победителями лотерей, террористами ... и в таких состязаниях у них мало, а то и вовсе нет шансов победить» [1, 168]

Ряд острокритических замечаний о возможности научным образом заниматься в СМИ поиском истины высказывает известный французский социолог П. Бурдьё в работе «О телевидении». И дело здесь вовсе не в отсутствии интереса у публики. Режим работы СМИ таков, что поиск истины методами науки тут вообще оказывается невозможным.

П. Бурдьё в своей работе «О телевидении» описывает особенности поспешной журналистики, ставя очень серьезную проблему о взаимоотношении между мышлением и скоростью. Он обращает внимание, что СМИ обычно отдают предпочтение особому типу участников, «быстродумам». Можно ли мыслить на скорости? И не обрекается ли телевидение, предоставляя слово лицам, которые якобы способны мыслить в ускоренном темпе, иметь дело лишь с «fast-thinker'ами», мыслящими быстрее собственной тени.

Исследователь задумывается, почему есть люди, способные отвечать этим абсолютно особым условиям, почему у них выходит мыслить в условиях, при которых никто уже не мыслит. Его ответ заключается в том, что они мыслят «готовыми идеями».

«Готовые идеи» — это идеи, усвоенные всеми, банальные, общие, не вызывающие возражений; это также идеи, усвоенные всеми до того, как вы их усвоили, поэтому проблема восприятия не ставится. Когда речь идет об устном выступлении, книге или телевизионном сообщении, главная задача коммуникации соответствовать условиям восприятия, для чего необходимо знать, располагает ли слушающий кодом для расшифровки того, о чем в данный момент говорится. А когда вы выдаете «готовые идеи», проблема отпадает сама собой. Коммуникация возникает мгновенно, потому что в каком-то смысле ее не существует [2]. Обмен банальностями, общими местами есть коммуникация, единственным содержанием которой является сам факт общения. Преимуществом «общих мест», есть то, что все способны их воспринимать и воспринимать мгновенно: в виду своей банальности. В отличие от общих мест, мысль по определению является подрывной: она начинает с разрушения готовых идей, а затем должна привести доказательства, длинные

цепочки рассуждений. Это занимает некоторое количество времени, нужно выдвинуть целый ряд посылок, связанных словами «следовательно», «значит», «ввиду чего». Но такое развертывание мышления неразрывно связано со временем.

Говоря об упомянутого рода «fast-thinker'ax»- завсегдатаях СМИ (экспертах, комментаторах, обозревателях), П. Бурдые иронично замечает: «чтобы быть способным «думать» в условиях, при которых никто уже не думает, необходимо быть особого рода мыслителем [2]. Но все дело в том, что культивируется авторитет именно такого рода «мыслителей» - носителей «знания» (по принципу: «обо мне говорят, следовательно, я существую»). При этом легитимируется и соответствующий знаниевый продукт – интеллектуальный fast-food.

Специалисты указывают и на явление так называемого «журнализма». Этим выражением маркируются не столько особенности профессиональной деятельности представителей известной отрасли, сколько черта современной эпохи, определенная деформация культурной деятельности, которая возникает в условиях колоссального роста потоков информации. Характеристики журналистского сознания и мышления («торопливость», «ситуативность», стремление к публичности и новациям, большой удельный вес «версиальности», «мнений» и тому подобное) распространились далеко за пределы сферы компетенции СМИ, в частности в область науки. Иногда среди определенных кругов научных работников они даже стали считаться чем-то наподобие признака хорошего вкуса. Пагубные последствия этого увлечения вскоре дали о себе знать. Заметно снизилась концептуальность трудов, появилась «научная» скоропись, искусственный гиперкритицизм, «версиальность», стремление к игровым стилистическим «находкам», публичности, ужасающая компилятивность. Первостепенное значение при всем этом уделялось, естественно, привлекательной «упаковке». Стало крайне проблематично что-то доказать или опровергнуть, установить новизну и оригинальность.

Обобщая приведенное выше, можно констатировать, что происходит коренное изменение ориентиров. Имманентные знанию (в частности, знанию научному) характеристики, которые еще совсем недавно считались гарантами его обоснованности и приемлемости, теряют свое влияние. Идет речь о таких признаках знания как фундаментальности, системности, непротиворечивости, способности к фальсификации, что были такими значимыми в методологических программах неопозитивистов, попперианцев и их последователей. Зато начинают доминировать обстоятельства, обусловленные социально-культурной легитимацией знания. Упомянутые нами исследователи среди них отмечают коммерциализацию, социально-экономическую утилизацию, влияние современной медиа-среды.

Влияние таких «внешних» факторов не остается нейтральным относительно внутренних критериев оценки. Иногда фундаментальность и системность знаний в отмеченном аспекте появляются как недопустимое мотовство, потому что не отвечают требованиям экономической утилизации. Доказательность и полнота является неприемлемой по соображениям медийной оперативности и драматургии.

Всяческие прямолинейные и стереотипные утверждения о ведущей роли теоретического и научного знания и образования в знаниевых обществах следует расценить как поверхностные и упрощенные. Противоречивое влияние отмеченных факторов на научное знание (особенно фундаментальное и мировоззренческое) и связанные с ним структуры сферы образования нуждаются в последующем подробном изучении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бауман З. Индивидуализированное общество / З. Бауман – М.: Логос, 2005. – 390 с.
2. Бурдьё П. О телевидении [Электронный ресурс] / Пьер Бурдьё; пер. с франц. Т. Анисимовой, Ю. Марковой — Режим доступа: <http://bourdieu.name/content/burde-o-televidenii-i-zhurnalistike>
3. Дракер П. Посткапиталистическое общество [Электронный ресурс] / П. Дракер // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / ред. В.Л. Иноземцев – М.: Academia, 1999. – Режим доступа: <http://www.iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/index.html>
4. Лиотар Ж.Ф. Состояние постмодерна / Жан Франсуа Лиотар; пер. с франц. Н.А. Шматко. – М.: Ин-т эксперимент. социологии; СПб.: Алетейя, 1988. – 160 с.
5. Freed M. Latour, Lyotard, and The Problematics of Legitimation // Angelaki: Journal of the Theoretical Humanities. 2005. Vol. 10, № 3. P. 99 – 114.
6. Lyotard J.-F. Political Writings / Jean-François Lyotard. – London: UCL Press, 1993. – 353 p.
7. Social Legitimation of Knowledge - Comparative Perspectives <http://www.awhamburg.de/en/research/working-groups/social-legitimation-of-knowledge.html>

REFERENCES

1. Bauman Z. Individualizirovannoye obshchestvo / Z. Bauman – M.: Logos, 2005. – 390 s.
2. Burd'yo P. O televidenii [Elektronnyy resurs] / P'yer Burd'yo; per. s frants. T. Anisimovoy, YU. Markovoy — Rezhim dostupa: <http://bourdieu.name/content/burde-o-televidenii-i-zhurnalistike>
3. Draker P. Postkapitalisticheskoye obshchestvo [Elektronnyy resurs] / P. Draker // Novaya postindustrial'naya volna na Zapade. Antologiya / red. V.L.

Inozemtsev – M.: Academia, 1999. – Rezhim dostupa: <http://www.iir-mp.narod.ru/books/inozemcev/index.html>

4. Liotar ZH.F. Sostoyaniye postmoderna / Zhan Fransua Liotar; per. s frants. N.A. Shmatko. – M.: In-t eksperiment. sotsiologii; SPb.: Aleteyya, 1988. – 160 s.

5. Freed M. Latour, Lyotard, and The Problematics of Legitimation // Angelaki: Journal of the Theoretical Humanities. 2005. Vol. 10, № 3. P. 99 – 114.

6. Lyotard J.-F. Political Writings / Jean-François Lyotard. – London: UCL Press, 1993. – 353 p.

7. Social Legitimation of Knowledge - Comparative Perspectives <http://www.awhamburg.de/en/research/working-groups/social-legitimation-of-knowledge.html>

РЕЗЮМЕ

М.М. Ведмедєв. Легітимізація знання в контексті знаннєвих суспільств.

Стаття присвячена проблемі легітимації знання в сучасних суспільствах знаннєвого типу. Проаналізовані епістемологические наслідки дії таких чинників легітимації як принцип перформативності у виробництві знання, комерціалізація інтелектуальних продуктів, вплив засобів масової інформації на дослідницьку діяльність. Описані зміни в структурі науки, мотивації у сфері освіти, формах організації дослідницької роботи, що викликаються дією даних чинників.

Ключові слова: легітимація, знання, наука, перформативність, знаннєві суспільства, засоби масової інформації, освіта, університет.

SUMMARY

M.M Vedmedev. Legitimation of knowledge in context of knowledgeable societies.

The article is devoted to the problem of legitimation of knowledge in knowledgeable societies. The author dwells on the works of Z. Bauman, P. Bourdieu, P. Drucker and other researchers in this area. The special attention is paid to the theory of legitimation of knowledge of J.-F. Lyotard.

The epistemological consequences of the influence of socio-economic and cultural factors of legitimation of knowledge are analysed in modern societies. It is necessary to determine such factors: principle of performativity in the production of knowledge, commercialization of intellectual products, influence of mass media on research activity. The described changes in the structure of science, motivation in the field of education, forms of organization of research activity have been determined by the influence of these factors.

The principle of performativity means that information is gathered together, analysed and generated only when it can be justified in terms of utility criteria. It changes the disciplinary structure of science. Knowledge that cannot be justified in

terms of efficiency and effectiveness will be downgraded or even abandoned. For example, aesthetics and philosophy cannot easily be justified in terms of performance, while finance and management are straightforwardly defended.

Reputation are made and unmade by large outside the university walls, with diminishing role assigned to the once crucial peers judgement. In shaping hierarchies of influence, notoriety replaced fame, public visibility elbowed out scholarly credentials, and so the process is not so much controlled, as buffeted by agencies specialising in the management of public attention.

Today the system of teaching is not directed to train more enlightened citizens—only professionals who perform better. The acquisition of knowledge is a professional qualification that promises a better salary.

A conclusion on deeply contradictory character of influence on knowledge of socio-economic and cultural factors of legitimation has been made in the article.

Kay words: *legitimation, knowledge, science, performativity, knowledgeable societies, media, education, university.*

УДК 130.3

О.М. Корнієнко

Сумський національний аграрний університет

СТЕРЕОТИПИ В СТРУКТУРІ РУШІЙНИХ СИЛ СУСПІЛЬНОЇ ДУМКИ

В статті аналізується місце і роль стереотипів в структурі рушійних сил суспільної думки, їх зв'язок з потребами, інтересами, ціннісними орієнтаціями, соціально-психологічними установками.

Автор приходить до висновку, що становлення суспільної думки здійснюється за своєрідним ланцюгом: потреби – інтереси – ціннісні орієнтації – установки – стереотипи. Така послідовність розглянутих утворень складає свого роду код реакції або функціонування суспільної думки. Розшифрувати зміст цього коду – значить підійти до самих спонукальних причин, які викликали динаміку і активізацію даної думки, краще зрозуміти її специфіку та властивості, з'ясувати можливі напрямки її розвитку і прояви у майбутньому.

Ключові слова: *суспільна думка, потреби, інтереси, ціннісні орієнтації, соціально-психологічні установки, стереотипи.*

У сучасній вітчизняній і зарубіжній літературі поняття стереотип вживається досить часто стосовно самого широкого і різноманітного за своєю жанровою специфікою колу постановочних проблем і тематичних дискусій – від теоретичних, філософсько-наукових, культурологічних розробок до соціально-практичних і політичних програм. Дослідницький інтерес до стереотипів суспільної думки диктується реальною ситуацією, яка витікає із все більш