

ства. Кроме того, риски не просто производятся – они нарастают, что создаёт серьёзные препятствия эффективному развитию общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр, Ж. Общество потребления / Ж. Бодрийяр. – М.: Республика, 2006. – 272 с.
2. Общество риска и человек: онтологический и ценностный аспекты / [под ред. В.Б. Устьянцева]; ИНОЦЕНТР. – Саратов: Наука, 2006. – 289 с.
3. Федотова, В. Г. Факторы ценностных изменений на Западе и в России. / В. Г. Федотова // Социология. 2006. – № 1. – С. 12 – 31.

УДК 101.1(476)

НАУЧНЫЙ ЭТОС В КОНТЕКСТЕ СТРУКТУРНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ

Мельникова Л. Л.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»
г. Гродно, Республика Беларусь

Становление науки как социального института означало формирование ее этоса – совокупности норм и правил, регулирующих научную коммуникацию, обеспечивающих продуцирование и обоснование объективно-истинного знания и позволяющих отличить научное от вненаучного. Этос науки в его классическом варианте задумывался как эталонная система, сохранение и следование которой гарантировали бы незыблемость существенных характеристик науки. Но поскольку сама наука оказалась весьма динамичным явлением, закономерно возник вопрос: сохранился ли ее этос в неизменном виде или появились тенденции, свидетельствующие о его деформации?

Наука функционирует и развивается в тесном взаимодействии с социальным целым и отдельными его сегментами. Что касается этоса науки, то он связан прежде всего с аксиосферой общества, с системой социальных ценностей и смыслов. Обращая внимание на противоречивый характер этой взаимосвязи, Р.Мертон в своей работе «Амбивалентность ученого» (1965 г.) подчеркивал, что исследователю нередко приходится делать драматичный выбор, поскольку эти две системы ценностных координат могут оказаться диаметрально противоположными. Так, этос науки требует максимально полной проверки достоверности полученных результатов, а в пределах социальных ценностей звучит предостережение: «Не упусти первенство открытия». В рамках современной (постнеклассической) науки все чаще можно констатировать несоблюдение такого принципа научного этоса, как воспроизводимость знания. Так, в 2012 г. К. Глен Бигли и Ли М. Эллис в журнале

«Nature» изложили результаты проверки качества научных публикаций по молекулярной биомедицине. Оказалось, что результаты исследований, которые были представлены в 47 публикациях из 53 анализируемых работ, воспроизвести, т.е. повторить не удалось [1, с. 5.]. Однако именно эмпирическая воспроизводимость продолжает оставаться одним из важнейших критериев научности в сфере прикладных исследований. Сами ученые, комментируя результаты проверки, отмечают, что в современных условиях в погоне за грантами и рейтингами исследователи часто забывают о своей первоочередной задаче – искать, открывать объективно-истинное знание.

Однако при оценке описанной ситуации следует учитывать не только влияние внешних условий на деятельность отдельных ученых, но и то обстоятельство, что под воздействием социальных факторов происходит структурная перестройка самой науки. Речь идет, прежде всего, о появлении технонауки. Последнюю *можно определить как взаимопроникновение науки и технологии, обусловленное запросами рынка*. В рамках технонауки результативность исследования определяется не научным сообществом, а заказчиком. Заказчик не только оценивает полученные результаты и определяет их стоимость, он становится их собственником, который во избежание конкуренции нередко превращает научные разработки в коммерческую тайну. Тем самым нарушается еще один принцип научного этики – доступность знания широкой научной общественности. Истинность и достоверность полученных результатов перестают быть критерием оценки деятельности ученого. Критерием становится полезность. В этом случае в разряд полезной может попасть технология, использование которой предполагает уменьшение финансовых затрат, но на основе которой производится продукт (продукт питания, лекарственный препарат и т.д.) опасный для здоровья потребителя. Поскольку технонаука и прикладная наука функционируют в узких рамках конкретного заказа, последствия использования полученных результатов исследования не всегда очевидны. Эти последствия диагностируются только в широком контексте фундаментальных знаний. Но такая диагностика нередко считается лишней (зачем выходить за пределы конкретной задачи?), а порой и невозможной, как в случае с целым рядом нано-и-биотехнологий, методологические и теоретические основания которых еще не разработаны.

Сказанное выше позволяет сделать вывод, что такие важнейшие требования научного этики, как стремление к истине, воспроизводимость знания, открытость результатов исследований научному сообществу современными исследователями выполняются далеко не всегда. Это свидетельствует, с одной стороны, о деформации «классиче-

ского» этоса науки, а с другой – о необходимости его уточнения и корректировки в связи с появлением технауки и превращением прикладной науки в самостоятельную сферу деятельности, имеющую внутреннюю логику развития.

ЛИТЕРАТУРА

Пружинин, Б. И. Культурно-историческая эпистемология: концептуальные возможности и методологические перспективы. / Б. И. Пружинин. // Вопросы философии. – 2014. - № 12.

УДК 378.1

ОЦЕНКА ВИЗУАЛЬНОГО ИМИДЖА УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ПУТИ ЕГО ПОВЫШЕНИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Павловский Е. В.

УО «Гродненский государственный университет им. Янки Купалы»
г. Гродно, Республика Беларусь

В современных экономических и социальных условиях визуальное представление организации имеет огромное значение в обеспечении ее конкурентоспособности. Подтверждением этого служит активное развитие брендинга, повсеместная разработка бренд-буков и т.д. Исключением из правил не являются и высшие учебные заведения. Это связано с тем, что современный рынок образовательных услуг характеризуется превышением предложения над спросом, что и вызывает необходимость искать дополнительные источники обеспечения конкурентных преимуществ менеджерами вуза. Доказательством этого служит организация деятельности отделов по связям с общественностью, отделов рекламы и т. д. в крупных университетах и институтах страны.

Визуальный имидж является одним из восьми составляющих общего имиджа университета. Данный подход был отображен нами в методике оценки имиджа высшего учебного заведения в современных условиях [2, с.279-280]. Ее концепция состоит в следующем: на основе опроса основных участников рынка образовательных услуг рассчитывается значение частных индексов по каждому блоку, а затем по формуле средней геометрической взвешенной – интегральный индекс имиджа вуза, где максимальный балл – 5.

Результаты оценки визуального имиджа ГрГУ им. Я. Купалы приведены на рисунке.

Как видно из представленных данных, визуальный имидж состоит из 5 элементов, по которым респонденты и оценивают уровень удо-