



МАМАЕВА Светлана Анатольевна
канд. пед. наук, старший научный сотрудник Научно-методического отдела
библиотекведения Российской национальной библиотеки
✉ discovery@nlr.ru

Коммуникативные СТРАТЕГИИ УЧЕНЫХ

Каждый исследователь, вступая в мир науки, застает систему научных коммуникаций уже сложившейся в виде комплекса различных ее каналов, средств, форм, институтов. Рационально и творчески используя потенциал существующей системы научных коммуникаций, ученый в то же время стремится преодолеть налагаемые ею ограничения. Он сам формирует свои коммуникативные стратегии, исходя из своих исследовательских потребностей, а главное, возможностей. Эти возможности напрямую связаны с положением исследователя не только в когнитивной, но и в социальной структуре научной дисциплины.

Профессиональные взаимодействия ученых определенным образом организованы. Представление об их внешней по отношению к индивиду обусловленности и регламентированности закреплено в понятии «системы научных коммуникаций». Каждый исследователь, вступая в мир науки, застает систему научных коммуникаций уже сложившейся в виде комплекса различных ее каналов, средств, форм, институтов.

Система научных коммуникаций определяет условия коммуникативного поведения. Она предоставляет возможности для научных контактов и одновременно накладывает на них некоторые ограничения, задает рамки взаимодействия.

В ходе профессиональной социализации ученый усваивает нормы и правила научной коммуникации. Но эти нормы не являются чем-то внешним и принудительным для актов коммуникации. Это, скорее, условия и инструменты свободных исследовательских исканий, необходимые ученым для реализации их целей. Характерный для постклассической социологии науки процессуальный подход, рассматривающий науку в действии, в процессе создания, делает акцент на активности агента познания. Наука в действии – это ученые во взаимодействии.

Помимо понятия системы научных коммуникаций и часто как альтернативное ему используется понятие «сети научных коммуникаций». «Сети – стабильные модели непосредственного взаимодействия между людьми» [1]. Таким образом, неформальные, т.е. личные и неофици-

альные профессиональные контакты в научном сообществе, представляют собой социальные сети. Сети строятся на доверии и предполагают личную инициативу при их создании и поддержании.

Ученые, заинтересованные в непосредственных и устойчивых профессиональных контактах друг с другом, устанавливают их сами, минуя каналы коммуникации, предоставляемые существующей системой научных коммуникаций, поскольку ее структура и возможности не соответствует их требованиям.

Каждый исследователь осмысленно, рационально и, можно сказать, творчески подходит к предоставленным ему системой коммуникации возможностям и пытается преодолеть налагаемые ею коммуникативные ограничения, рамки и пределы. Чаще всего у него есть выбор. Он сам формирует свои коммуникативные стратегии, исходя из своих исследовательских потребностей и возможностей. Его коммуникативные стратегии прагматичны и избирательны, подчинены логике его исследовательской практики и соотносятся с его целями и реалистической оценкой собственной позиции в социальном и когнитивном пространстве дисциплины. Он выбирает формы и каналы коммуникации, партнеров по взаимодействию, нередко преодолевая при этом границы дисциплинарного сообщества, использует при этом доступные ему наличные ресурсы и рычаги давления и влияния.

Пространство научных коммуникаций производится и воспроизводится агентами действия. Ученые своей коммуникативной активностью дают жизнь всем институциональным формам коммуникации.

Понятие «научные коммуникации»

Коммуникативные стратегии ученых многообразны. Но, чтобы говорить о том, в чем состоит их вариативность, необходимо прежде обратиться к понятию «научные коммуникации». Определение содержания понятия «научные

коммуникации» зависит от подхода к их рассмотрению. Существуют различные подходы к исследованию научных коммуникаций. Информационный, семиотический, психологический, социологический. В рамках информационного подхода научные коммуникации определяются как обмен научной информацией. Социальная информатика трактует социальную коммуникацию как движение смыслов в социальном времени и пространстве [2]. Энциклопедический социологический словарь определяет их следующим образом: «Научная коммуникация – установление познавательных и социальных отношений внутри научного сообщества, а также между научным сообществом, с одной стороны, и другими субъектами общественной жизни – с другой, для производства и применения научного знания, обмена информацией, коллективной оценки научного труда» [3]. Этому последнему определению мы и будем придерживаться.

Назначение научных коммуникаций состоит в поиске и трансляции информации? Да, конечно. Однако сводить научные коммуникации только к информированию членов научного сообщества о достижениях в тех или иных исследовательских областях к информационному обеспечению научной деятельности – значит, сужать и обеднять это понятие. Цель коммуникации не только в том, чтобы что-то сообщить, но в том, чтобы тем самым нечто изменить – изменить в когнитивном и социальном строении дисциплины и, как следствие, в условиях дальнейшей коммуникации.

К примеру, в отношении такого базового канала коммуникации, как журнал, еще

Ключевые слова:

научные коммуникации, система научных коммуникаций, сети научных коммуникаций, функции научных коммуникаций, коммуникативные стратегии, П. Бурдьё, социальный капитал, культурный капитал, символический капитал

Keywords:

scientific communication, system of scholarly communication, scholarly communication networks, functions of scientific communication, communication strategies, Pierre Bourdieu, social capital, cultural capital, symbolic capital



каждый исследователь, вступая в мир науки, застаёт систему научных коммуникаций уже сложившейся в виде комплекса различных ее каналов, средств, форм, институтов

«еще классик науковедения Д. Д. де С. Прайс отмечал, что «журналы, в конечном счете, нужны не для того, чтобы их читать, а для того, чтобы в них публиковаться»

классик науковедения Д. Д. де С. Прайс отмечал, что «журналы, в конечном счете, нужны не для того, чтобы их читать, а для того, чтобы в них публиковаться» [4]. Иными словами, доминирующая функция научных статей – маркирование интеллектуальной территории. Они свидетельствуют о проделанной исследователем работе и представляют собой заявления об эксклюзивном владении конкретным сегментом определенной области знания.

Посредством научных коммуникаций осуществляется раздел социального и когнитивного пространства дисциплины на сферы влияния, проблемные области, монополия на лидерство в которых принадлежит определенному и признанному сообществом кругу ученых.

Любая форма признания в науке – будь то по Хагстрому элементарное или институциональное [5] – осуществляется посредством научных коммуникаций: неформальных или формальных. Таким образом, еще одно назначение научных коммуникаций состоит в легитимации той или иной научной практики, того или иного научного видения. Легитимация – в широком ее понимании – это борьба за утверждение собственного видения истины. Легитимация в науке сопряжена прежде всего с утверждением и поддержанием господствующей парадигмы. Именно парадигма задает нормы и ценности научного мышления, критерии научности и истинности.

Легитимация – промежуточный этап между доинституционализированными и институционализированными формами знания в науке. Доинституциональное знание – новое знание, которое должно пройти этап посвящения – признания на-

учным сообществом в качестве нового и качестве знания. Поворотный момент в легитимации – публикация. Велико символическое значение этого коммуникативного акта в процессе институционализации нового знания. Это не начало творчества, это – выход в свет, а значит, шанс получить признание, если удастся не остаться незамеченным.

Где речь идет о легитимации, там речь идет о власти [6]. В данном случае о власти во внеполитическом понимании. Власть здесь – не атрибут государственного аппарата, а взаимоотношения индивидов в процессе производства знания и информации. Это отношения борьбы за истину, а более точно – за режим производства дискурсов, которые считаются истинными (научными), за правила отделения истинного от ложного. Следовательно, речь идет о власти, которая производит знание. Такая власть циркулирует через цепные и сетевые сплетения социальных связей.

Вот что об этом говорят классики. Т. Кун: «Создание новых теорий вызывает сопротивление со стороны тех специалистов, чью область компетенции они затрагивают» [7]. П. Бурдьё: «В борьбе за навязывание легитимного видения социального мира, в которую неизбежно вовлечена наука, агенты располагают властью, пропорциональной их символическому капиталу, т.е. тому признанию, которое они получают от группы» [8].

Коммуникативная природа науки является сегодня общепризнанной ее характеристикой. «Ни ход, ни результаты, ни субъекты познания не могут быть отторгнуты от той ситуации общения, в которой осуществляется научное исследование. Каждый элемент познавательного акта и его содержания пронизан, освещен контекстом коммуникационного взаимодействия» [9].

Ученые в процессе научной коммуникации, конечно, обмениваются сообщениями научного характера. Но сообщается не только о том, какие совершены открытия, проведены исследования, получены результаты. Вернее, процесс коммуникации не сводится к

бесстрастному и безличному изложению такого рода фактов, упоминанию имен, перечислению событий. Научная коммуникация – многоголосый диалог, в ходе которого ученые интерпретируют и переинтерпретируют друг друга, применяя риторические приемы, апеллируют к «черным ящикам» и авторитетам, как своим союзникам, замалчивают какие-либо факты и игнорируют какие-либо имена, идентифицируют себя с одними и дистанцируются от других людей, научных школ, методов, теорий...

Научные коммуникации используются для презентации результатов научной деятельности: посредством самых различных коммуникативных форм ученые знакомят своих коллег с результатами исследований, научными идеями, выдвигаемыми гипотезами, разрабатываемыми теориями. Но одновременно они проводят в жизнь, отстаивают свою точку зрения, свою научную позицию.

Научная коммуникация – это научный дискурс во всей своей сложности и многоплановости, представленный разными жанрами и формами. Кроме того, научные коммуникации служат задачам профессиональной социализации ученых.

Коммуникативные стратегии

За всем этим просматриваются коммуникативные стратегии, обусловленные позицией и диспозицией участников взаимодействия в социальном поле производства научного знания. Можно говорить о стратегиях поиска, стратегиях презентации, стратегиях легитимации (самоутверждения, борьбы за признание), стратегиях приобщения.

Если же проследить развертывание коммуникативной стратегии ученого на всех этапах научного исследования – то мы обнаружим самые разные комбинации перечисленных стратегий. Исследование коммуникативных стратегий предполагает выявление различных форм и способов научного общения, используемых учеными при формулировании проблемы, в процессе исследования, при представ-

лении результатов. В центре рассмотрения могут находиться следующие вопросы: с кем и каким образом исследователь контактирует, как он выходит на нужных людей и нужную информацию, какие задействует ресурсы.

Следует обратить внимание на весьма существенные различия в характере коммуникации внутри небольшой группы, микросообщества, с которым ученый себя идентифицирует, принадлежащим к которому себя считает и вне его. Среди своих обсуждают, например, только что зародившиеся едва оформленные идеи. Это необходимо и возможно не только потому, что велика степень доверия, но и потому, что этих людей связывает общий социокультурный контекст: во-первых, разделяемая всеми парадигма и понятийная система, во-вторых, единство повседневных исследовательских и коммуникативных практик, которое обеспечивает единообразие смысла используемых понятий. Да и сами коммуникации здесь представляют собой скорее не стратегии, а повседневные практики.

Другое дело такой коммуникативный акт, как публикация в междисциплинарном журнале. Ориентация на читателя, специализирующегося в других областях знания предъявляет особые требования к языку изложения. Таким образом, для внешней и внутренней коммуникации характерны различные способы артикуляции мысли.

Для нас важно, что коммуницирующие ученые выступают как активные деятели, принимающие решения и совершающие выбор. Но не менее важно для нас, что их действия не произвольны, а определенным образом регулируются. Эти действия регулярны и закономерны и пото-



престиж позволяет ученым делать рискованные ходы, у них больше шансов на проведение новаций, неортодоксальных подходов

в поле научного производства – пространстве борьбы за научную истину и за право говорить истину, есть доминируемые и доминирующие, победители и побежденные

му в определенной степени познаваемы и предсказуемы. Социальные стратегии и практики ученых в поле научного производства с необходимостью соотносятся с их позициями в структуре социального пространства того научного сообщества, с которым они себя идентифицируют.

Целесообразно рассматривать коммуникативные стратегии агентов познания не сами по себе, а в комплексе с некоторыми социальными характеристиками этих агентов. В качестве таких социальных характеристик, например, могут выступать структура и объем различного вида социального капитала участников научной коммуникации.

Понятие социального капитала разработано П. Бурдьё [10]. Социальный универсум подразделяется у Бурдьё на своего рода поля властного взаимодействия. Поля – исторически сложившиеся пространства игры с их специфическими институтами и собственными законами функционирования. Поля одновременно объединяют агентов в границах собственной игры и создают условия для их дистанцирования. Поля являются автономными сферами практик. «...Существует столько же форм труда, сколько полей...» [10, С. 157]. Науку, литературу, искусство Бурдьё называет полями культурного производства. Процессуальность концепции Бурдьё состоит в том, что все социальные поля находятся в процессе перманентного воспроизводства.

Коллективные и индивидуальные агенты (деятели) занимают в социальном пространстве определенные позиции. Занимаемая в том или ином поле позиция агента определяется объемом и структурой капитала, которым он обладает. Ка-

питал – это статус агента в каждом из полей. Понятие капитала сопряжено у Бурдьё с понятием власти, в самом широком смысле.

Бурдьё выделяет экономический, социальный, культурный и символический виды капитала. Капитал может выступать в различных формах: объективированной, институционализированной, инкорпорированной. Культурный капитал – знание, информация, умение, мастерство, компетентность. Культурный капитал ученого – это его теоретические и методологические предпочтения, его концептуальный (понятийный) аппарат, весь багаж его научных знаний и исследовательский опыт. Это то, что касается инкорпорированного культурного капитала. Объективированный культурный капитал – научные труды, как артефакты его культурного производства.

Социальный капитал – это связи, это включенность в те или иные социальные сети, принадлежность к научным школам, профессиональным сообществам, связи с другими научными дисциплинами, сочетание исследовательской деятельности с другими видами деятельности – преподавательской, редакционно-издательской, практической, административной, организационной – все, что расширяет круг его влияния как ученого и предоставляет возможность, пользуясь лексикой Бруно Латура, вербовать сторонников, единомышленников, находить поддержку на стороне. Социальный капитал состоит и в возможности мобилизовывать сетевые и организационные ресурсы.

Символический капитал – форма, которую принимают различные виды капитала, воспринимаемые и признаваемые как легитимные. Это капитал, основанный на знании и признании. Все, что приобретает путем избрания, присуждения, назначения. Символический капитал – все формы признания научного вклада – все научные регалии, дипломы, степени, звания, должности, степени и пр. Имеет значение признанность ученого как автора теорий, концепций, понятий, трудов; его статус и престиж в качестве эксперта в какой-либо области знания и т.д.

Престиж позволяет ученым делать рискованные ходы. У них больше шансов на проведение новаций, неортодоксальных подходов. «В борьбе за навязывание легитимного видения социального мира, в которую неизбежно вовлечена наука, агенты располагают властью, пропорциональной их символическому капиталу, т.е. тому признанию, которое они получают от группы» [10, С. 167].

Заключение

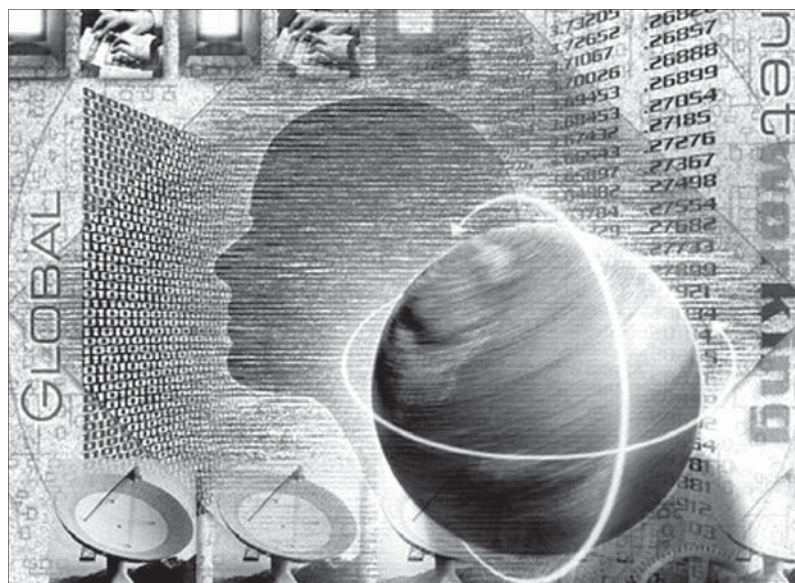
В зависимости от объема и структуры капитала ученые имеют различный доступ к существующим каналам формальной коммуникации, они различным образом включаются в те или иные сети неформальной коммуникации и играют в них различные роли.

Еще Р. Мертон выделил четыре основные роли, которые приходится играть ученым: исследователь, преподаватель, администратор, привратник [11]. В структуре капитала перечисленных групп ролей вид доминирующего капитала различный: у исследователя – интеллектуальный капитал в виде творческого потенциала и инкорпорированных знаний. У преподавателя – доступ к «вербованию новобранцев» науки, возможность формирования отношений «учитель – ученик» и создания собственной научной школы. Социальный капитал. У администратора доступ ко всем видам ресурсов, опосредованных административно-бюрократической организацией: материальные, технические, официальные связи, возможности для легитимного морального, материального и символического принуждения и влияния. Представительская функция – возможность выступать от имени организации, учреждения, группы, института. У привратников – тот вид власти, который роднит их со жрецами. В их руках символические ключи от врат науки для «новобранцев» – они отделяют сакральное от профанного, научное от ненаучного. Допуск в мир науки, признание в качестве полноправного члена научного сообщества...

Различия в объеме и структуре капитала лежат в основе вариативности коммуникативных стратегий ученых. Агенты номинально равноправные, практически неравноправные, т.к. возможности у всех разные. В поле научного производства – пространстве борьбы за научную истину и за право говорить истину, есть доминируемые и доминирующие, победители и побежденные. И все это реализуется в коммуникативном процессе. Коммуникативные стратегии направлены прежде всего на перераспределение власти в научном сообществе.

Исследования многообразия коммуникативных стратегий приложимы:

- в компаративистских исследованиях – при сравнении коммуникативных стратегий, характерных для представителей различных дисциплин;
- в исторических исследованиях – в диахронном срезе на уровне научной коммуникации можно рассмотреть на примере одной дисциплины, как происходила борьба различных научных школ, исследовательских подходов, теорий, парадигм, сравнить альтернативные стратегии, стратегии победителей и побежденных.
- в исследованиях многообразия коммуникативных стратегий в рамках одного научного сообщества (сравнить стратегии, характерные для представителей различных исследовательских направлений; выявить сходные модели коммуни-





кативных стратегий; возможен акцент на коммуникациях, выходящих за пределы данного профессионального сообщества, преодолевающие его границы). Таким образом, может быть обнаружено взаимопроникновение различных исследовательских направлений. Может быть, это ростки новых исследовательских областей и дисциплин?

Данная интерпретация природы социальных взаимодействий может быть весьма продуктивной применительно к исследованию коммуникаций в науке, смысл и назначение которых состоит не только в том, чтобы передать или получить необходимую исследователям информацию по теме исследования, но и в том, чтобы что-то изменить в когнитивном и социальном строении науки и в конечном счете в самом режиме производства научных дискурсов.

Литература

1. Рона-Тас А. Устойчивость социальных сетей в посткоммунистической трансформации Восточной Европы // Неформальная экономика. Россия и мир / Под ред. Т. Шанина. – М. : Логос, 1999. – С. 396-411.
2. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации: Учебник для вузов / Под ред. А.П. Садохина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 352с.
3. Энциклопедический социологический словарь / Ред. Г.В. Осипов; ИПСИ РАН. – М., 1996.

4. Price D. J. de S. Networks of Scientific Papers // Science. – 1965. – № 149 (3683) – Режим доступа: <http://www.garfield.library.upenn.edu/papers/pricenetworks1965.pdf>.
5. Hagstrom W. O. The scientific community. – Cardonale, 1965.
6. Салмон Г. Наука как власть и наука как коммуникация (противоборство двух традиций) // Философские исследования. – 1993. – № 3. – С. 60-67.
7. Кун Т. Структура научных революций. – М. : АСТ, 2009. – 320 с.
8. Бурдые П. Социальное пространство и генезис «классов» // Бурдые П. Социология политики. – М. : Socio-Logos, 1993. – С. 53 – 98.
9. Огурцов А.П. От социологии знания к социологии науки (20-30 годы XX века) // Современная западная социология науки. Критический анализ. – М., 1988.
10. Бурдые П. Начала. – М., 1994.
11. Merton R. The Sociology of Science. – Chicago : The University of Chicago Press, 1973.

Svetlana A. MAMAIEVA

cand. ped. Sciences, Senior Researcher, Research and Methodology Department of Library Science of the Russian National Library

Communication strategies of scientists

Every researcher, entering the world of science, finds the system of scholarly communication already established as a complex of various channels, tools, forms and institutions. Rationally and creatively using the capacity of the existing system of scientific communication, a scientist at the same time seeks to overcome limitations imposed by it. He shapes his communication strategy based on their research needs, and most importantly, opportunities. These features are directly related to the position of the researcher not only cognitive, but also in the social structure of scientific disciplines.