

Журнал “Социальная реальность” – научный... или какой?

Публикация для ученого – то же самое, что печать для чиновника или оружие для военного, не имея их, он вообще не считается полноценным членом научного сообщества. Ученый должен что-то публиковать, и чем больше – тем лучше. Качество и содержание написанного, хотя иногда и принимаются во внимание, играют куда меньшую роль, чем количество.

Юревич А.В. Публикуйся или гибни... // Социологический журнал. 2002. № 1

Казалось бы, ответ на вопрос, вынесенный в заголовок, очевиден: все материалы журнала так или иначе связаны с исследованиями, а исследования – прерогатива науки, следовательно, журнал – научный. Но при этом он не похож на традиционные научные журналы: стиль его текстов и дизайн не соответствуют серьезному и строго научному жанру. Может быть, это научно-популярный журнал? Нет – ведь в нем наряду с более или менее доходчивыми объяснениями того, что хорошо известно специалистам, содержатся результаты оригинальных эмпирических исследований и теоретические обобщения.

Так к какому жанру относится и, следовательно, кому адресуется журнал “Социальная реальность”?

Говоря о **научных** журналах, надо принять во внимание, что в них ученые пишут для коллег-ученых. Авторы статей исходят из того, что у них есть некий общий с читателями объем специальных знаний, сведений. Они не озабочены тем, что их тексты могут быть непонятны, а руководствуются установкой: “не понял – значит, не дорос”. Научные журналы являются не только площадкой для размещения новой информации и обмена ею, они выполняют и другую функцию: печатая в таких журналах свои труды, авторы приобретают и/или подтверждают свой статус в научной среде, где значительную, если не самую главную, роль играет число выданных “на гора” публикаций. Поэтому научные журналы точнее будет называть научно-институциональными, так как они обслуживают не только коммуникативные, но и многие иные функции института науки.

“Социальная реальность” явно не относится к журналам такого типа.

Теперь о **научно-популярных** журналах. Кто-то может сказать, что их смысл состоит в том, чтобы просвещать широкие массы, приобщать их к достижениям науки, формировать “правильное” мировоззрение. Но это верхняя часть айсберга. Важнее, что для института науки жанр “науч-поп” служит средством приобретения общественного признания, столь необходимого для конкуренции с другими социальными институтами, претендующими, как и институт науки, на авторитет и ресурсы. Поэтому научно-популярные журналы эмоционально рассказывают об успехах и захватывающих перспективах науки, о сделанных открытиях и прорывах.

Научно-популярным журнал “Социальная реальность” назвать трудно: слишком узкая тематика, чересчур сухие тексты, да и о сделанных ранее научных открытиях здесь вряд ли будет идти речь.

Есть еще один “соседний” жанр – **интеллектуальные** журналы. В них социальные ученые – философы, историки, филологи, социологи, психологи, да и широко мыслящие “технари” и “естественники” – рассуждают о проблемах своих и смежных наук, адресуясь не только к профессионалам, но к любому “достаточно подготовленному” читателю. Здесь, как и в научно-популярных журналах, дозволительно отступление от строгих научных правил, но тем не менее обычно не делаются скидки на “слабо подготовленного” читателя, тексты остаются научно-специальными. Интеллектуальные журналы – это своего рода аналог жанра “науч-

поп”, но они ориентированы не на широкую любопытствующую публику, а на так называемую элиту, то есть людей ученых или не чуждых науки, способных осваивать почти-научные тексты и стремящихся к подпитке новыми идеями, к расширению кругозора и пополнению эрудиции.

Журналу “Социальная реальность” не хватает тематической широты и размаха мысли, чтобы быть отнесенным к описываемому жанру. Наш журнал слишком привязан к одному из видов эмпирических исследований социальной реальности – к социологическим опросам.

Вообще, когда говорится **об опросах**, всякий раз надо понимать, о каких сторонах этого сложного понятия идет речь. Во-первых, есть эмпирические результаты, то есть проценты опрошенных респондентов, давших те или иные ответы на заданные им вопросы. Во-вторых, с опросами связаны методические и технологические аспекты, без значения которых невозможны ни проведение опросов, ни понимание их результатов. Например, сама возможность получать выводы о мнениях десятков миллионов людей по случайной выборке, состоящей всего лишь из одной-двух тысяч респондентов, требует многократных разъяснений даже для многих специалистов. В-третьих, разговор об исследуемом посредством опросов объекте – о социальной реальности – предполагает теоретические размышления и обсуждение того, что ЭТО такое, как ОНО формируется, как трансформируется, на что и как влияет и т. д. В-четвертых, описания социальной реальности на основе анализа опросов нуждаются в методологии воссоздания субъективных интерпретаций, мотивирующих ответы респондентов, или, следуя А. Шюцу, конструирование интерпретаций второго порядка.

Таким образом, первое (результаты опросов) неясно без второго (методики проведения опросов), не осмысленно без третьего (теории социальной реальности) и бесполезно без четвертого (методологии интерпретации опросов). Поэтому, если внятно говорить об опросах, надо уделять внимание всем четырем компонентам, иначе в понимании опросов и, следовательно, в представлениях о социальной реальности будут существенные изъяны. С чем, кстати, постоянно на практике сталкиваются те, кто по тем или иным причинам интересуется опросами и пытается с их помощью понять, как устроено общество, что в нем происходит и куда оно идет.

Разумеется, опросный метод – не единственный инструмент познания социальной реальности, но это один из немногих действительно строгих инструментов. Он основан на научных фактах, опросы, если они сделаны правильно, дают воспроизводимые результаты, эти результаты осмысленны, если интерпретируются, исходя из осознанного и разумного представления об объекте исследований – о социальной реальности.

Получается, что для разговора о разных аспектах опросов – о методике, теории и методологии – надо смешивать обычно несмешиваемые жанры: научный, научно-популярный и собственно интеллектуальный. И все это нужно, чтобы в конечном счете тексты, описывающие результаты опросов, были доступны читателям, “обитающим” в социальной реальности и стремящимся к ее пониманию. Они, наши читатели, – не столько ученые и интеллектуалы, сколько социальные практики, наделенные достаточной живостью ума и здравым смыслом.

Итак, оказывается, что журнал “Социальная реальность” должен быть “межжанровым” и даже отчасти эклектичным. Следовательно, на вопрос, вынесенный в заголовке, нет однозначного ответа. Наш журнал – видимо, представитель плохо определенной ниши **популярно-специальных** журналов. Не настолько популярных, чтобы оттолкнуть специалистов, и не настолько специальных, чтобы отпугнуть вдумчивых читателей. ■

Интеллектуальный журнал – это прежде всего журнал идей. Или лаборатория, эволюция этих идей.

Марк Печерский, главный редактор журнала “Интеллектуальный форум”. Из выступления на дебатах о роли журналов в РГУ 1 ноября 2001 года.
www.russ.ru

“...поле наблюдения социального ученого – социальная реальность – имеет специфическое значение и структуру релевантности для человеческих существ, в нем живущих, действующих и думающих. С помощью набора конструктов обыденного знания они расчленили и по-своему интерпретировали этот мир, данный им в опыте как реальность их повседневной жизни. Именно их мыслительные объекты определяют их поведение путем мотивации. Мыслительные же конструкты социального ученого, чтобы постичь эту социальную реальность, должны быть основаны на объектах мышления, сформированных в рамках обыденного сознания людей... Таким образом, конструкты социальных наук являются, так сказать, конструктами второго порядка, то есть конструктами конструктов...”
Шюц А. Формирование понятия и теории в социальных науках / Избранное: Мир, светящийся смыслом. М.: РОССПЭН, 2004