



VIII ГРУЗИНСКАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

«СОЦИОЛОГ 2.0: ТРАНСФОРМАЦИЯ ПРОФЕССИИ»

«Социолог: множественность социальных ролей и профессиональных позиций»

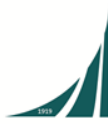
Секция: *«СОЦИОЛОГ ДЛЯ ОБЩЕСТВА И СЕБЯ САМОГО»*

Автор: Задорин И.В. (Исследовательская группа ЦИРКОН)

МОСКВА
18-19 АПРЕЛЯ
2018 ГОДА



Организаторы конференции



ФИНАНСОВЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



Профессиональные позиции «социолога». Позиция №1

Социологи – ученые (социология как **наука**)

- Миссия: получение нового знания об обществе, социальной реальности, построение теоретических моделей, развитие науки
- Основной мотив: научное любопытство, индивидуальный успех и признание коллег
- Аудитория (потребители, референты-оценщики) продукта: профессиональное сообщество, такие же социологи – ученые
- Продукция: публичные научные публикации (тексты: статьи, книги)
- Язык коммуникации: профессиональный язык науки



Профессиональные позиции «социолога». Позиция №2

Социологи – прикладники (прикладная социология как *индустрия*)

- Миссия: социологическое обеспечение социального управления (принятие решений), интеллектуальное обслуживание
- Основной мотив: коммерческий успех, признание клиентов
- Аудитория (потребители, референты-оценщики) продукта: клиенты, управленцы (гос. и муниципальные управленцы, политики, бизнес, управленцы общественного сектора)
- Продукция: закрытые (как правило) отчеты, доклады и презентации результатов
- Язык коммуникации: непрофессиональный (несоциологический) язык потребителя, управленца



Профессиональные позиции «социолога». Позиция №3

Социологи – активисты, социальные инженеры («публичная социология» как *гражданская, социальная* *активность*)

- Миссия: рекомендации по социальным преобразованиям, стимулирование преобразований и участие в них
- Основной мотив: влияние на социальные процессы
- Аудитория (потребители, референты-оценщики) продукта: широкая «общественность», политики, массмедиа
- Продукция: рекомендации по социальным преобразованиям, материал для влияния (публичные доклады, выступления, манифесты, публикации в СМИ)
- Язык коммуникации: непрофессиональный (несоциологический) публицистический язык



Подсообщества профессионального социологического сообщества



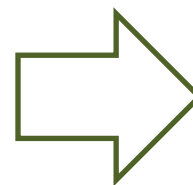
1. При всех различиях разных профессиональных позиций социологов для внешнего наблюдателя они все номинируются одним словом **«СОЦИОЛОГИ»**.
2. Отдельные представители сообщества с той или иной степенью успеха сочетают в себе разные ипостаси (ученого, прикладника или активиста)



Институализация социологического сообщества в профессиональных ассоциациях

Социологи – ученые (Социология как наука)

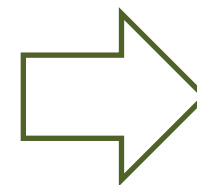
- Российское общество социологов (преемник ССА)
- Сообщество профессиональных социологов
- Сообщество социологов и демографов
- Общество им. Ковалевского
- Санкт-Петербургская ассоциация социологов (СПАС)
- Российская социологическая ассоциация (РОСА)
- Союз социологов России



ISA

Социологи – прикладники (Прикладная социология)

- Гильдия исследователей общественного мнения и рынка (деятельность прекращена)
- Объединение исследователей рынка и общественного мнения (ОИРОМ)
- Ассоциация региональных исследовательских центров – Группа «7/89»
- Российское отделение ESOMAR
- Гильдия маркетологов



ESOMAR

WAPOR



Два сценария развития

Первый сценарий

Размежевание трех подсообществ до полного разделения трех разных профессий и идентичностей; соответствующая раздельная институализация (разные ассоциации, рабочие локализации и институты признания); публичное закрепление размежевания во внешнем пространстве (закрепление раздельного распознавания)

Второй сценарий

Уточнение и укрепление мета-идентичности «социологи»; создание устойчивых механизмов коммуникации между отдельными подсообществами, вплоть до создания мета-ассоциаций; публичное снятие границ и солидарная ответственность

Каждый из сценариев имеет свои плюсы и минусы для отдельных членов профессионального сообщества, требует разных ресурсов для реализации.
Частное мнение: первый сценарий ресурсно дороже.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Автор: **Задорин И.В.** (Исследовательская группа ЦИРКОН)

Контакты: zadorin@zircon.ru

