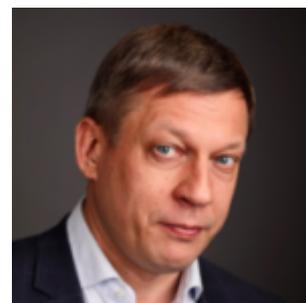


Ограничение социологии описательными процедурами будет все хуже работать в будущем. Алексей Фирсов

«Я думаю, что социология должна развиваться как синтетическая дисциплина. Ограничение социологии описательными процедурами будет все хуже работать в будущем». Интервью с Алексеем Фирсовым, основателем Центра социального проектирования «Платформа», председателем комитета по социологии РАСО.



Алексей, какие изменения в индустрии Вы наблюдаете в своей практике? Как будет развиваться социология в будущем?

Есть вещи совершенно банальные, о которых все говорят – это то, что связано с цифровизацией, с биг дата, нейротехнологиями – в общем, с развитием прогресса и инструментов. Я бы эту сторону хотел сейчас оставить, не потому, что она не важна, а потому, что она стала уже общим местом во всех рассуждениях, и о ней сказано слишком много. Может быть, чрезмерно по отношению к реальному развитию. И хотелось бы сказать немного о другом, о дефиците смыслов, который возникают в профессии, глубине рефлексии. Насколько социология отвечает содержательным, а не инструментальным вызовам момента? В значительной степени профессия сейчас осваивает себя в нише описательной, расчетно-подсчетной деятельности. Я говорю не только о количественной социологии. Качественная социология

сейчас тоже носит больше описательный характер, и в меньшей степени в ней есть осмысляющая настройка, вторичная рефлексия, которую производит уже сам социолог. Ещё меньше здесь проективности или предсказательных подходов. На мой взгляд, у нас социология слишком застряла на эмпирическом уровне. Я думаю, что социология должна развиваться как синтетическая дисциплина. Ограничение социологии описательными процедурами будет все хуже работать в будущем. И это связано, с одной стороны, с синтетическим характером знания. Люди хотят получать продукты, которые комбинируют описательные и проективные подходы. С другой стороны, это связано со скоростью изменений и скоростью потребления информации, когда у клиента нет времени выстраивать сложные цепочки осмысления – идти от исследователей к консультантам, а от них – к практикам, преодолевая разрывы между каждым этапом. Ему нужно сразу видеть картину, тренды, следствия и причины и т.д. Покрытие дефицита осмысления не будет в обязательном порядке свойственно профессии в будущего, это зависит от конкретных людей, их подготовки. Но это вызов, который надо иметь ввиду. Я боюсь, что увлечение цифровизацией при всех плюсах может еще дальше уводить от осмысления к радости, что цифр стало ещё больше. Появление новых данных не тождественно появлению смысла.

Отсюда второй момент, на который я бы хотел обратить внимание. Мы живем в ситуации крайнего профицита информации и при этом ощущаем ее нехватку. Парадоксальная ситуация, она вызвана нехваткой времени и способностей к осмыслению. В значительной степени построение синтетических продуктов будет связано с тем, что социолог должен будет гораздо активнее включать в свои работы открытые источники, аналитику, другие исследования и смежные дисциплины. Т.е. преодолевать такую ситуацию, когда, например, есть проект – изучить электоральное поле в регионе или восприятие бренда коммерческой компании – и здесь мы ограничились задачей, применили стандартную методику и на основании этого выдали клиенту результат. В доступном поле социолога есть масса информации, в которой люди часто просто

не умеют ориентироваться. Им не хватает, например, экономического мышления, если это вопросы, связанные с бизнес социологией.

Еще одно из интересных направлений – это работа со специальными, условно говоря, резонансными группами, которые создают какие-то сильные социальные эффекты, и внутри себя формируются по достаточно своеобразной логике. Социология, будет заниматься выделением этих специальных групп, изучением их. Я в имею ввиду не обязательно протестные группы, но и те, которые задают тренды, становятся зёрнами будущего. Это сегменты, которые обладают потенциалом дальнейшей быстрой трансформации социальной среды. Часто социология имеет дело со сложившимся положением вещей, но не драйверами будущего роста. Например, мы же предполагаем, что политическая система России несовершенна, что она должна как-то трансформироваться. Чтобы ее трансформировать, должны быть агенты этих изменений, они как раз и формируются в тех резонансных сообществах, про которые я говорю. То же самое происходит в инновационном, технологическом поиске – стартаперы, которые над чем-то новым работают, у них есть свои ограничения, запросы, свое видение будущего. Такие группы есть в любых областях, умение их вычленять – это работа на будущее.

А какие компетенции социолога все больше будут востребованы?

Из того, что я сказал, следует – это запрос на гораздо более высокую степень аналитичности, развитие способности стратегического осмысления процессов. Это запрос на людей способных к глубокой рефлексии, к проектированию ситуации, вычленению трендов и с представлением о том, как можно работать с обществом, а не только его описывать.

Сюда же включается умение работать с широким спектром данных, которые позволяют интерпретировать полевую часть исследований и проектировать ее, исходя из картины целого. Сейчас социолог – это просто социолог. В построении серьёзных социологических продуктов социолог должен быть урбанистом, если он работает в

области урбанистики, он должен быть экономистом, если это экономическая социология, он должен быть политологом и т.д. Развитие на границах дисциплин – это ключевое направление. Сейчас подход такой: мы социологи можем сегодня померить одно, завтра – другое, и условно говоря, все равно, о чем писать, методики примерно одинаковые. У клиентов будущего все больше будет возникать запрос на более глубокое осмысление. Это будет стимулировать внутреннюю специализацию. Часто социологи приходят, к примеру, в бизнес и не чувствуют, как устроена компания, они не считают бизнес процесс, язык менеджмента, его внутренние запросы. А определенная компания – это очень сложный инструмент, там свой язык, свои процедуры, своя внутренняя мифология. Уникальная среда начинает встраиваться в универсальные шаблоны. А надо культивировать отказ от этой шаблонизации, движение в сторону более исследований, это мне кажется, тоже очень серьезная история.

Есть ли в Вашей практике интересные кейсы совмещения исследовательских практик и социального проектирования?

Компания «Платформа» как раз и создавалась как структура, совмещающая в себе функции социологии и консалтинга. Основной пакет проектов связан с социальным проектированием, т.е. на первом этапе мы описываем, на втором этапе предлагаем решение. У нас есть большое направление – экспертная социология, она помогает осмыслить первичные социологические данные и вычлнить те смыслы, с которыми можно дальше работать. Например, применение карт социальной активности в регионах. Мы берем некий регион, выделяем там игроков, которые отличаются более активным социальным поведением, оцениваем их социальные политики, оцениваем их собственное видение стратегии, заметность их проектов для населения, востребованность конкретных политик населением или какими-то группами, внутренне и внешние мотивации. На первом этапе мы строим такие карты, где, с одной стороны, видны участники процесса, с другой стороны, ожидания, которые складываются в этом регионе. Мы можем по крайней мере показывать, что, допустим, вот в этих

нишах социальная активность выше, а вот здесь у нас есть слепые зоны: востребованность есть, но нет социального ответа на это. Было бы логично, если бы власть и бизнес двигались в эту сторону. На основе построения этих социальных карт происходит создание коммуникационных моделей – социальных клубов, которые позволяют объединять компетенции всех участников социальных инвестиций: власти, бизнеса, общественных структур. Дальнейший наш шаг – разработка уже конкретных социальных проектов.

Источник: [Ассоциация исследовательских компаний «Группа 7/89»](#)