

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В ТЕХНОЛОГИЯХ ОБЩЕСТВЕННОЙ КОНСОЛИДАЦИИ

Колпина Л.В.

Кандидат социологических наук, доцент

Многочисленные региональные социологические исследования констатируют ряд аномийных характеристик белгородского социума – его низкую структурированность, общественную атомизированность, превалирование индивидуалистских практик, низкую проницаемость межстратовых и межгрупповых перегородок.

Так, если рассматривать атомизированность как результат реализации индивидуалистских социальных практик, превалирующей ориентации людей на себя, собственные интересы и ресурсы, то, как показало исследование «Эффективность социальных сетей в региональном сообществе», подавляющее большинство опрошенных (58,8%), оказавшись в трудной ситуации, рассчитывают только на самих себя¹. По данным исследования «Социальное здоровье населения Белгородской области», только 8,2% респондентов утверждают, что участвуют в общественной деятельности, а к числу наиболее эффективных средств влияния на ситуацию, решения индивидуальных и общих проблем население относит личную помощь (ее индекс эффективности равен 0.5). Для сравнения: усредненный индекс эффективности общественных институтов (правозащитные и благотворительные организации, профсоюзы, территориальное общественное самоуправление) - 0.36, как и участия в выборах, референдумах, общественном обсуждении законов. Индекс эффективности обращений в СМИ - 0.33, участия в политических партиях - 0.22. Самые низкие значения эффективности имеют протестные формы решения проблем (митинги, демонстрации, забастовки), индекс которых равен 0.21.

¹ Эмпирической основой статьи стали результаты двух социологических исследований. Первое – авторский социологический опрос: «Социальное здоровье населения Белгородской области» (2009 год, N=700 человек). Второе, реализованное с участием автора: «Эффективность социальных сетей в региональном сообществе» (рук. – доц. Е.В. Реутов); поддержано грантом Министерства образования и науки РФ в рамках реализации Федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 гг. №1173. (2010 г., N=1000). В обоих случаях отбор респондентов осуществлялся по методике квотной выборки, в качестве параметров которой выступали возраст, пол и тип поселения.

Следствием этого является низкий уровень социального доверия. Как следует из данных социологического опроса «Эффективность социальных сетей в региональном сообществе», на вопрос «Как Вы считаете, большинству людей можно или нельзя доверять?» положительно ответили 33,1% респондентов, отрицательно – 51,5%, затруднились с ответом – 15,4%. Индекс обобщенного доверия, вычисленный как разница между позитивными и негативными ответами, имеет отрицательное значение и равен (-)18,4.

Замер дескриптивного уровня доверия, определяемого посредством вопроса-индикатора «Вы доверяете или не доверяете... (с указанием конкретных адресатов)», показал, что большинству жителей дома, своего и соседнего двора (для поселка и села - улицы) в целом доверяют 47,3% респондентов (из них 13,2% однозначно ответили на данный вопрос, 34,1% - «скорее да, чем нет»). В целом не доверяют – 41,7% (14,1% - однозначно не доверяют, 27,6% - «скорее нет, чем да»). Затруднились с ответом 11,0% опрошенных. Итоговый индекс доверия составил 5,6. Это единственный уровень доверия, где позитивные оценки, хотя и незначительно, но преобладают над негативными.

С увеличением социального радиуса отношений, индексы доверия только снижаются. Большинству жителей города (поселка, села) доверяют в целом 27,5% (из них 4,2% однозначно ответили на данный вопрос, 23,3% - «скорее да, чем нет»). В целом не доверяют 58,6% (21,1% - однозначно не доверяют, 37,5% - «скорее нет, чем да»). Затруднились с ответом 14,0% опрошенных. Итоговый индекс доверия составил (-)31,1.

Сложившаяся ситуация, детерминируя замыкание людей на узком круге социальных отношений (преимущественно кровнородственных, дружеских, отчасти – профессиональных), препятствует циркуляции и распространению социальных практик, идей, формированию более или менее общих ценностей, целей, консолидации групп населения на решение общих задач.

Не компенсирует недостаток доверия и солидарности на межличностном уровне доверие к управленческим структурам, в частности, муниципальным, которые могли бы выполнять мобилизующую и консолидирующую роль. На вопрос «Скажите, пожалуйста, Вы доверяете или не доверяете руководству города (района, поселения)?», о доверии в целом сообщили только 25,0% респондентов (из них 5,4% однозначно ответили на данный вопрос, 19,6% - «скорее да, чем нет»). В целом не доверяют 59,3% (27,3% - однозначно не доверяют, 32,0% - «скорее нет, чем да»). Затруднились с ответом 15,7% опрошенных. Итоговый индекс доверия (-)34,3.

Опираясь на описанный в конфликтологии феномен «зеркального восприятия», заключающийся в том, что у двух сторон, сталкивающихся по какому-то поводу, возникает симметричное восприятие друг друга: добродетели, которые каждая приписывает себе, пороки, которые находит у противника, как и опасения, относительно друг друга, сходны¹. На этом основании можно утверждать существование аналогичного недоверия чиновников населению. Как следствие «зеркальных образов», у сторон появляется тенденция считать, будто их интересы и цели не совпадают в большей мере, чем на самом деле, что ведет к дальнейшему расширению и углублению конфликта. Причем участники склонны усиливать имеющиеся различия и игнорировать наличие общих моментов².

Эту ситуацию усиливает ряд черт, свойственных государственным и муниципальным служащим, таких как: «нерефлексивность мышления и низкая критическая самооценка», проявляющиеся в убежденности чиновника в своей правоте в ситуации, когда вся практика ГМУ ориентирована на поддержание стереотипа о непогрешимости своих служащих»; иллюзия «собственного статуса», связанная с переоценкой возможностей ГМУ и, следовательно, недооценкой роли других социальных акторов в решении проблем; «иллюзия объекта», связанная с заниженной оценкой потенциала «массы»³. Таким образом, разрыв между властью и населением усиливается, усложняя возможность их консолидации на достижение общих целей.

Помимо проводимой органами власти работы по преодолению этого разрыва, по нашему мнению, для этих целей эффективным методом может служить «вертикальный» социально-психологический тренинг - форма обучения, связанная с получением знаний и навыков в области социального взаимодействия в процессе опыта внутригрупповой коммуникации под руководством тренера, задающего «обучающие» условия.

«Вертикальная консолидация» достигается за счет того, что участниками тренинга станут работники муниципального управления

См.: Лебедев М.М. Политическое урегулирование конфликтов: Подходы, решения, технологии. М.: Аспект Пресс, 1997. - URL:

http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Konflikt/15.php

² Там же.

³ Бабинцев В.П. Историко-философское обоснование концепции мягкого управления // Технологии мягкого управления в социальных системах: Сборник научных трудов / Отв. Ред. Д-р социол. наук, проф. Л.Я. Дятченко. – Белгород, 2007. С. 12.

и желающие принять в нем участие представители ТОС и активной общественности. Местом проведения тренинга предполагаются «площадки ТОС» - доступные для всех жителей территориального сообщества помещения, позволяющие им свободно собираться для проведения досуга, обсуждения и решения проблем.

Такой тренинг решает задачи коммуникативного и управленческого характера, включая в себя элементы тренингов сензитивности (эмпатии), эффективного общения, формирования команд и группового решения проблем. Его целесообразно строить на принципах гуманистической психологии (К. Рудестам, К. Роджерс, Р. Кочунас), методологии нейролингвистического программирования. В его основу будут положены идеи ответственности, «авторской» жизненной позиции, поведенческой гибкости, интраспекции, социально-психологической экологии, ассертивности.

Коммуникативные навыки будут формироваться на основе принципов: ответственности за результаты коммуникации (смысл сообщения состоит в том, как оно понятно, а не в том, что было передано); учета интересов контрагента; отказа от манипуляций, изначальной убежденности в позитивности намерений контрагента (социальный субъект не будет действовать себе во вред, следовательно, рассмотрение его действия как негативного - деструктивно, свидетельствует о непонимании его мотивов); экологичности - социальной и психологической, обеспечивающей поддержание стабильности в отношениях и личностной целостности участников взаимодействия.

Развитие эмпатии (от англ. empathy — сочувствие, сопереживание, умение поставить себя на место другого, проникновение в субъективный мир другого) - условие ориентированности во взаимодействии на другого, что особенно важно в ситуации субъект-объектного управления, осуществляемого органами муниципального управления, где объект воспринимается «в общем» (население, массы).

Использование в процессе тренинга групповой динамики, предполагающей яркий эмоциональный фон происходящих процессов, обеспечит его максимальную приближенность к жизненной ситуации.

В соответствии с нашей задумкой, в результате сформированных в его процессе навыков эффективного взаимодействия и посредством их, когда группа выйдет на стадию плодотворного функционирования, ей предлагается найти решение реально существующей, актуальной практической задачи (определение этой задачи может исходить как от участников группы, так и быть «внешним» запросом). Этим обеспечивается формирование навыков групповой работы в аспекте

постановки целей и принятия решений с учетом интересов различных акторов – предпосылка для консолидированных действий.

Решение проблем в рамках тренинга при условии гетерогенности групп позволит создать лично ориентированную среду, что будет содействовать переходу мышления чиновников от управления абстрактным «населением», «массаами», к взаимодействию с конкретными группами людей в решении общих проблем; от их формального решения к реальному, обеспечивая развитие субъект-субъектного взаимодействия и человекоориентированного управления. Гетерогенность группы и общность решаемых задач естественным образом будут содействовать «вертикальной» консолидации: преодолению барьеров между органами власти и населением, формированию институционального доверия, навыков взаимодействия между ними, отлаживанию каналов коммуникации, «очеловечению» образа чиновника, наращиванию социального капитала. В свою очередь, идентификация с группой, которая должна стать одним из результатов данной работы, также будет содействовать сближению управленцев с населением. Свойственная тренинговым группам гуманистической направленности конструктивная обратная связь обеспечит взаимную коррекцию установок участников группы относительно друг друга. Одновременно с этим такой тренинг будет содействовать и налаживанию «горизонтальных связей» - межличностных отношений, увеличивающих впоследствии плодотворность совместной работы муниципальных служащих и населения в решении местных вопросов.

Со стороны муниципальной службы участие в таких тренингах будет происходить в рамках программы переподготовки и повышения квалификации.

В силу небольшого объема статьи мы не останавливаемся подробно на механизмах реализации этой идеи – создании площадок ТОС, подготовки тренеров, и т.п., а перейдем к описанию другого социально-психологического метода, который также следует проводить на площадках ТОС - брендинга территорий посредством модифицированной методики НЛП - модели логических уровней Р. Дилтса. Она опирается на постулат о том, что поведение социального субъекта является устойчивым, если оно логично вытекает из требований окружения, сопряжено с его ценностями, установками, представлениями о себе, своих способностях, своем месте и роли. Все эти паттерны взаимоподчинены друг другу, представляя собой иерархию. Базовый уровень – внешнее окружение, следующий – поведение, посредством которого осуществляется взаимодействие с

окружением. В свою очередь, поведение направляется моделью мира социального субъекта и стратегиями, которые задаются его способностями. Они организуются посредством систем убеждения, а те, в свою очередь, - через идентичность и миссию¹. Если идентичность рассматривать как совокупность представлений о том «кто есть субъект» (чаще всего подающихся как принятие тех или иных социальных ролей, через которые описывается отличие социального субъекта от других – его своеобразие), то уровень миссии отвечает на вопрос: зачем этот субъект?

Данная модель, по мнению Р. Дилтса, работает на уровне индивида и группы. Проведение групповых обсуждений проблем через указанные логические уровни, начиная с нижнего, обеспечит формирование целостности убеждений, ценностей, поведения социальных субъектов, участвующих в обсуждении, их социально-психологическую экологию (в отношении социального окружения и самих себя), устойчивость формируемых паттернов.

На основе этой модели группа исследователей предложила технологию разработки бренда города² посредством организации общенародного обсуждения темы бренда в виде последовательного ответа на вопросы, отражающие каждый уровень модели, начиная с низового. Исследователи подчеркивают, что бренд - это смыслы, а не логотипы. Это, прежде всего, люди, ответившие на вопрос, в чем специфика их муниципального образования, как она обуславливает то, какие они есть; какова их роль в этом микросоциуме? Это обсуждение символов, зданий, событий, действий, впечатлений, стиля, атмосферы, подводящее к определению ценностей, культуры муниципального образования, и, в конечном итоге, его образа, предназначения, с итоговым ответом на вопрос о его месте в регионе, и, даже, стране и мире³. Разработка брендов в соответствии с изложенными идеями, обуславливая формирование социальной ответственности и социальной идентичности жителей местного сообщества, послужит мощным консолидирующим фактором.

В заключение отметим, что указанные социально-психологические методы достаточно сложны в реализации в указанном контексте, а их результаты не будут мгновенны. Но, в силу системного влияния на личность, они будут иметь длительные позитивные эффекты.

1См.: Дилтс Р. Изменение убеждений с помощью НЛП. М., 1997. - URL: <http://lib.ru/NLP/dilts1.txt>

2 URL: <http://brand-gorodov.livejournal.com/1010.html>

3Подробнее см.: URL: <http://www.mozhlyvosti.in.ua/event/stan-uchastnikom-otkrytoi-brend-sessii>