
НАУЧНАЯ ЖИЗНЬ

DOI: 10.14515/monitoring.2016.2.13

Правильная ссылка на статью:

Демин А. А., Мамонов М. В. Анализ конфликтных ситуаций, возможности изучения и управления // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 2. С. 208—212.

For citation:

Demin A. A., Mamonov M. V. Conflict analysis, the opportunities of study and management // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. 2016. № 2. P. 208—212.

VI МЕЖДУНАРОДНАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ГРУШИНСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«ЖИЗНЬ ИССЛЕДОВАНИЯ ПОСЛЕ ИССЛЕДОВАНИЯ:
КАК СДЕЛАТЬ РЕЗУЛЬТАТЫ ПОНЯТНЫМИ И ПОЛЕЗНЫМИ»

ИЗБРАННЫЕ ТЕЗИСЫ

А. А. Демин, М. В. Мамонов
АНАЛИЗ КОНФЛИКТНЫХ СИТУАЦИЙ,
ВОЗМОЖНОСТИ ИЗУЧЕНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

ДЕМИН Андрей Андреевич — ведущий аналитик управления мониторинговых и электоральных проектов ВЦИОМ.

E-mail: demin@wciom.com

МАМОНОВ Михаил Викторович — кандидат политических наук, руководитель исследовательских проектов ВЦИОМ.

E-mail: mamonov@wciom.com

Анализ конфликтных ситуаций — сложная исследовательская задача. Ее решение предполагает выявление специфических черт каждой отдельной ситуации и определение общих закономерностей. В последние годы ВЦИОМ реализовал ряд проектов по изучению конфликтных ситуаций в регионах, среди которых: расширение сырьевой базы для предприятий Башкирской содовой компании (Республика Башкортостан), освоение Еланского и Елкинского медно-никелевых месторождений (Воронежская область), строительство горно-обогатительного комбината «Томинский» (Челябинская область), строительство скоростной автомобильной дороги Москва – Санкт-Петербург (Московская область). Проведение исследований по близкой проблематике позволило создать развернутую интер-

претационную схему, претендующую на универсальность, и перейти от описания отдельных случаев к выявлению общих закономерностей.

Под конфликтными ситуациями мы понимаем состояние публичного противоречия интересов населения, бизнеса и власти. Ключевая причина конфликтов — отсутствие консенсуса в понимании интересов и, как следствие, активное противодействие сторон. Уровень интересов рефлексирован слабо, поэтому целесообразно сначала анализировать восприятие проектов, породивших конфликтные ситуации, — а уже через него становится возможен анализ интересов.

Перечисленные выше ситуации связаны с реализацией новых экономических или инфраструктурных проектов в регионах России. Их анализ позволил определить следующие направления оценки ситуации населением. Восприятие: 1) проекта; 2) организации; 3) позиции власти. Рассмотрим подробнее каждую из позиций и приведем исследовательскую детализацию.

Нами выделены восемь факторов оценки восприятия *проекта* населением:

1. Интерпретация цели проекта: общее благо или личный интерес

Легендирование цели проекта является одним из важнейших факторов последующего отношения населения к нему. Целеполагание проекта предполагает соотношение личных и общественных интересов. При этом общественные интересы, как правило, неочевидны для населения, привыкшего рассуждать с позиции собственной неотсроченной выгоды. В нашей практике мы сталкиваемся преимущественно с тем, что цели крупных стратегических проектов (потенциально значимых для развития не только территории присутствия, но и страны в целом) характеризуются недостатком положительного легендирования в силу слабозффективной внешней коммуникации. Из этого вытекает восприятие подобных проектов как отражающих не общественные, а личные интересы — интересы их инициаторов, преследующих, по мнению участников исследования, эгоистические цели.

2. Очевидность личной выгоды от реализации проекта

В отношении реализации крупных проектов, особенно когда речь изначально идет о рискогенности, население, как правило, исходит из оценки собственной выгоды. Людям важно услышать ответ на вопрос: «Что мне дает этот проект? Какую пользу он может принести мне лично?» Обычно официальный ответ сводится к «развитию территории» в перспективе. Однако это слишком абстрактно — население не считает подобный ответ, потенциальная личная выгода неочевидна. Наблюдаемый тренд большей рациональности в поведении россиян порождает запрос на конкретизацию целеполагания проектов. «Развитие территории» уже не воспринимается как адекватный ответ на вопрос о персональной выгоде, а отсутствие ответа заставляет людей сомневаться в целесообразности всего проекта.

3. Очевидность результата реализации проекта

Ключевой вопрос для населения при оценке проекта — «что станет результатом проекта?» Реализация нового перспективного проекта всегда исходит из необходимости развития, в первую очередь, самого предприятия: наращивания промышленных мощностей и объемов выручки или сохранения текущих позиций на рынке.

Однако экономическое развитие предприятия находится вне мотивационного поля населения, поскольку имеет отношение лишь к узкой части общества — бизнесу.

4. Оценка ситуации «без проекта»: чем жизнь без проекта хуже, чем в случае его реализации

При условии неэффективного целеполагания проекта, а также, если большинство населения не имеет эмоционального присоединения к нему и реализующему его предприятию, негативные ожидания, в случае отказа от проекта, отсутствуют.

5. Образ проекта/территории «после» завершения проекта

Перспективное мышление у россиян, ограниченно выраженное в тех случаях, когда речь идет о необходимости представить нечто новое, не имеющее прямого отношения к тому, что уже есть на данный момент, — активизируется и проявляется особенно сильно тогда, когда человек рассуждает в категориях «потери» (в отношении того, что является для него привычным). Ключевой вопрос населения — «что будет после?»

6. Готовность к «обмену» и условия «обмена»

Даже если население изначально категорично настроено в отношении реализации рискогенного проекта, всегда находится немалая часть людей, не исключающая возможности «обмена». Такой обмен, по сути, является ценностным, поскольку предполагает замену одной коллективной ценности (уже существующей) на другую (перспективную). Разумеется, предмет «ценностного торга» — то, на что можно выменять возможность реализации проекта, — должен иметь высокую социальную значимость и при этом быть сопоставимым с негативными последствиями от проекта.

7. Значимость проекта для государства и национальных интересов

Важность проекта для национальных/государственных интересов воспринимается населением положительно и способно повысить лояльность к нему. Ее отсутствие вызывает вопрос о целесообразности проекта в целом.

8. Уровень современности проекта

Россияне значительно реже готовы поддерживать технологически отсталый проект. Напротив, в общественном сознании закрепилась установка, согласно которой несовременное предприятие должно перестать существовать, — соответственно, не имеет смысла «вкладываться» в то, что рано или поздно все равно будет закрыто.

Восприятие населением стороны, инициирующей и реализующей проект, формирует второе смысловое пространство, учитываемое в наших исследованиях. Мы выделили пять факторов, определяющих отношение населения к *предприятию*, реализующему рискогенный проект:

1. Социальная дистанция организации, реализующей проект

Дистанция с организацией зависит от множества факторов: от места юридической регистрации компании до оценки степени участия компании в развитии территории присутствия. «Своему» предприятию население готово больше прощать. Если территория присутствия предприятия не совпадает с адресом юридической регистрации компании, вся деятельность компании начинает восприниматься как сугубо потребительская. «Чужое» предприятие тесно ассоциируется с офшорами, Москвой и т. д., вызывая негативную коннотацию в регионах.

2. Очевидность социальной миссии

Рискогенное предприятие должно нести социальную ответственность перед территорией присутствия: население хочет понимать, что дала компания «взамен». Большинство населения не считает значимые социальные проекты. То, что считается, как правило, подвергается критике по причине формальности самого подхода оказания социальной поддержки. Однако запрос на социальную деятельность со стороны предприятия высок, поскольку расценивается населением как необходимая «компенсация» за причиненный его работой ущерб.

3. Образ руководства («свое»/«чужое»)

Населению важно, чтобы руководство организации напрямую ассоциировало себя с территорией присутствия, лично переживало за будущее этой территории. Отсюда проблема наемных менеджеров, не имеющих эмоционального присоединения к территории присутствия предприятия, а потому изначально воспринимающихся в негативном ключе — как чужаки, пришедшие со своими эгоистическими целями («все выкачать и уйти навсегда»). Делегирование руководства — проблема всего предприятия, поскольку образ «чужих» руководителей проецируется на предприятие в целом, приводя к увеличению дистанции с населением.

4. Мотивы руководства: общее благо или прибыль

Мотивы руководства взаимосвязаны с тем статусом, который в общественном сознании приписывается отдельным руководителям: «свои» руководители работают на развитие территории, «чужие» — на увеличение собственной прибыли. Общественный стереотип таков, что изначально все руководители предприятий воспринимаются как люди, ориентированные исключительно на личное обогащение. Население остро реагирует на руководителей, не способных доказать своей деятельностью ориентацию на общее благо.

5. Герметичность руководства

Руководство бизнес-структур, органов власти не всегда считает нужным установление и поддержание диалога с населением территории присутствия, что формирует представление о нем как закрытом от людей. Герметичность руководства приводит к неэффективной внешней коммуникации, в результате которой как раз и должно раскрываться целеполагание, содержание того или иного проекта, существующие риски реализации проекта и т. д.

Третье смысловое пространство формирует оценка населением позиции власти. Власть воспринимается как ключевой участник реализации любого проекта. В данном случае, отчетливо выделяется два вектора оценки:

1. Позиция власти

Населению важно услышать официальную позицию властей, которая, как правило, не столько считается, сколько легендируется. В конфликтной ситуации власть, как правило, занимает выжидательную позицию, стараясь не подвергать себя политическим рискам. Однако проблема в том, что стратегия выжидания не может длиться долго, и вскоре она сама трансформируется в один из факторов делегитимации власти.

2. Мотивация власти

При реализации проектов власть всегда является одним из ключевых интересов, мотивация которого значима для населения. Если власть допускает реализацию рискогенного проекта, люди хотят знать, что лежит в основе ее целеполагания: развитие территории за счет привлечения инвестиций, политическая карьера отдельных руководителей, обязательства перед бизнесом? Попытка сокрытия истинной мотивации может привести лишь к эскалации конфликта.

Конфигурация всех вышеперечисленных факторов определяет отношение россиян к потенциально рискогенному проекту. Следует учитывать, что данные факторы подвержены действию кумулятивного эффекта. Иными словами, чем больше факторов негативны по содержанию, тем более выражен риск возникновения публичного конфликта, обострения региональной ситуации.

Тем не менее, у каждой ситуации есть потенциал управления. Снижение конфликтности ситуации осуществляется за счет искусственного ослабления тех или иных факторов, проявивших себя в негативном ключе. При этом следует придерживаться комплексного подхода, в рамках которого будут затрагиваться все три направления оценки, иначе эффективность коррекционной работы будет иметь ограниченный характер.