

II. ИНФОРМАЦИОННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ. УПРАВЛЕНИЕ КОНФЛИКТАМИ И РИСКАМИ

УДК 316.42.

© Мишон Е.В.
Michon E.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ МАРКЕТИНГА ДЛЯ КОРРЕКЦИИ МЕНТАЛИТЕТА НАСЕЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ

USE OF MARKETING TOOLS FOR CORRECTION OF MENTALITY OF THE POPULATION IN THE MODERNIZATION.

Аннотация. Статья посвящена проблеме управления конфликтом, разгоревшимся в Воронежской области между Уральской горно-металлургической компанией и местным населением.

Annotation. The article is devoted to the management of the conflict that erupted in the Voronezh region between the Ural Mining and Metallurgical Company and the local population.

Ключевые слова. Маркетинг, стратегия развития, регион, бизнес, инвестиция, развитие, модернизация, инфраструктура, ресурс, коррекция, менталитет.

Key words. Marketing, strategy development, region, business, investment, development, modernization, infrastructure, resource, compensation, mindset.

Стратегия современного развития предполагает инновационный путь, получивший название принципа «четырёх И», так как он базируется на инновациях, инвестициях, развитии инфраструктуры и интеллекта, что соответствует модели Н.Кондратьева, обеспечивающей координацию двух основных экономических процессов – роста и упадка. В ее основу, как известно, положен цикл «инновации-инвестиции».

В соответствии с выбранным путем стратегия развития региона чаще всего ориентирует на работу в следующих направлениях: создание условий, благоприятных для развития бизнеса; привлечение инвестиций; развитие инфраструктуры. Практическая реализация указанных направлений обеспечивает ресурсы для дальнейшего развития, расширения или модернизации реального сектора экономики. Кроме того, любой субъект Федерации стремится к ускорению развития или модернизации тех производств, которые не только влияют на рост валового регионального продукта (ВРП), но и увеличивают налоговые поступления в консолидированный бюд-

жет субъекта.

Не является исключением и Воронежская область. Необходимость достижения основных стратегических целей региона (рост уровня ВРП на душу населения и повышение качества жизни) потребовала от территориальной администрации поиска новых источников пополнения бюджета. Управленческие усилия были направлены на изыскание потенциальных и реальных возможностей роста реального сектора экономики, т.е. промышленного производства.¹ Общеизвестно, что промышленный сектор является стабильным и значимым источником налоговых поступлений, стимулирует развитие инфраструктуры и т.п.

С этих позиций разработка месторождения полезных ископаемых (для Воронежской области это медно-никелевые руды) представляется целесообразной, так как позволяет в короткие сроки реализовать минимум два направления стратегического развития (изменить структуру промышленного производства за счет новых видов промышленных предприятий и увеличить инвестицион-

¹Воронежская область позиционируется как индустриально-аграрный регион и обращение к индустриальной составляющей имеет методологическое обоснование.

Мишон Елена Витальевна – доктор экономических наук, профессор, Воронежский государственный университет, тел., (495)543-36-76.

Michon Elena – doctor of economic sciences, professor, Voronezh state university, tel., (495) 543-36-76.

ные поступления).

Неожиданным, но существенным препятствием на пути разработки месторождений стал социально-политический фактор - позиция местного населения, активно выступающего против любого вмешательства в эколого-экономическую систему региона. Подобная позиция отражает ряд значимых причин, влияющих на формирование общественного мнения, которое в свою очередь проявляется в действиях (не всегда обоснованных и рациональных, а в ряде случаев и противоправных).

Причины с определенной долей условности можно разделить на объективные и субъективные.

К объективным причинам, способствующим ускоренному распространению негативного общественного мнения относительно строительства нового добывающего производства, на наш взгляд, следует отнести близость планируемой добычи к уникальному заповеднику и ценным черноземным почвам.

Субъективные моменты – это недоучет влияния угрозы экологической опасности на поведение населения; отсутствие эффективного коммуникативного общения между властью (в данном случае – местной администрацией) и населением, т.е. нехватка достоверной информации о влиянии добывающего производства на состояние экосистем и здоровье населения.

Определенную долю негатива внесла в формирование социальной напряженности горнодобывающая компания, получившая лицензию на право разработки и эксплуатацию месторождений, вяло реагируя на запросы общественности о влиянии производства на окружающую среду. Для подобного поведения у компании были некоторые основания. Дело в том, что менталитет жителей регионов, в которых расположены предприятия компании¹, отражает осознание потребности в полном и эффективном использовании природных ресурсов. Для жителей добывающих районов (например, Урала) вопрос о необходимости и целесообразности разработки новых месторождений также очевиден, как для жителей Черноземья очевидна необходимость эффективного использования эталонных черноземов.

К сожалению, субъективные причины сыграли основную отрицательную роль в дестабилизации социально-политической ситуации. В результате того, что своевременно не учли различия в менталитете на-

селения добывающих и сельскохозяйственных отраслей, не разъяснили потенциальные угрозы и социально-экономические выгоды, не обосновали степень реальности (или иллюзорности) основной группы экологических угроз², социально-политическая обстановка в регионе оказалась очень нестабильной и даже взрывоопасной.

Попав под влияние противников промышленной экспансии, позиционирующих себя как борцы за экологию, основная масса населения³ выступает против освоения месторождений.

Местная власть столкнулась с противоречием между необходимостью промышленного развития территории и социальной стабильностью. Для решения указанного противоречия представляется интересным исследование возможностей инструментов маркетинга в снижении социально-политической напряженности, вызванной страхом перед потенциальной экологической угрозой жизни и здоровью нынешнего и будущих поколений.

Первым шагом на пути стабилизации социально-политической ситуации должен стать диалог заинтересованных сторон: власти, компании и общественности.

Имеет принципиальное значение следующее условие - ответственность за организацию и результаты диалога берет на себя как территориальная, так и местная власть.

В сложившейся неблагоприятной для бизнеса и власти ситуации решающее значение отводится организации конструктивного диалога, базу для которого должна сформировать просветительская работа среди населения. При этом важно учитывать, что любая на первый взгляд незначительная деталь в общении с аудиторией может «сработать» на результат обратный желаемому. Опыт показал, что положительный эффект достигается только при работе с теми целевыми аудиториями, которые могут влиять на общественное мнение, являются в сознании населения знающими и авторитетными. К таким аудиториям мы отнесли учителей, врачей, работников культуры, так как эти категории имеют обширные контакты с населением и могут оперативно распространять заинтересовавшую их информацию. На практике выяснился интересный факт – на позитивный настрой целевой аудитории большее влияние оказывают мужчины, положительно реагируя на приводимые доводы и аргументы. Женщины, как правило, одобрительно оценива-

¹Компания имеет 50 филиалов, расположенных в 16 преимущественно добывающих регионах страны.

² К экологическим угрозам можно отнести: загрязнение и истощение водных ресурсов; загрязнение атмосферы; утрата плодородных почв; ухудшение состояния общественного здоровья.

³ По данным одних источников, процентное соотношение таково: 70% – «против», 20% – сомневающихся, 10% – «за разработку месторождений». По другим данным, 90% – «против», 10% – сомневающихся.

ют подобные заявления, что в целом снижает напряженность и недоверие. Чувствуя нежелательные для оппозиции позитивные сдвиги, ее представители мгновенно используют метод «эмоциональной подпитки»¹, что возвращает проблему «на круги своя»². В силу сказанного, попытки работать на обезличенную «общественность», к сожалению, не только не дают положительных результатов, но и могут провоцировать обострение ситуации, усиление конфронтации сторон, а также нагнетание атмосферы недоверия и враждебности среди жителей региона. Такое положение имеет простое объяснение: оппозиция, защищая свое лидирующее влияние, усиливает работу в массах, в результате чего индуцируется негативная тенденция отрицания и противостояния.

С позиции снижения напряжения, вызванного экологической угрозой, важным представляется вопрос о целесообразности использования пропаганды как инструмента воздействия на общественное мнение. По ряду признаков можно говорить о том, что использование оппозицией пропаганды экологической опасности оказалось эффективным инструментом нагнетания истерии и страха в обществе, что отразилось в общественном сознании в форме полного неприятия любых промышленно-производственных изменений. Для корректировки сформированных установок контрпропаганда представляется малоэффективной. Требуются более действенные инструменты, позволяющие корректировать спонтанные или целенаправленно сформированные негативные установки.

Мы рекомендуем использовать симметричную двустороннюю коммуникативную модель управления общественными отношениями и специальные PR-методы, о которых пойдет речь ниже.

Задача местного самоуправления - создать условия, при которых внешняя среда будет позитивно воспринимать планируемые изменения, что позволит принимать обоснованные производственно-хозяйственные решения с учетом взвешенного аргументированного общественного мнения. Помимо базового экономического принципа устойчивости человеческих предпочтений, необходимо использовать основные психологические принципы поведения индивидов: последовательность поведения, взаимный обмен, социальное доказательство, авторитет, благорасположение.

В рамках использования технологий управления

общественными отношениями по формированию социально благоприятной внешней среды (по параметру «экология») могут быть использованы наведенный и габитарный имидж, а также такие методы, как приведенный вывод, косвенная негативизация, приобщение к аудитории и ряд других. Перечисленные методы в состоянии изменить нежелательную для общественного развития тенденцию блокирования производственно-технических изменений из-за опасений за состояние природы, что в контексте менталитета аграриев означает утрату основного условия производства – плодородной почвы и, соответственно, угрозу существованию. Целесообразность применения указанных методов мы обосновываем следующим.

Массовое неприятие расширения промышленной сферы в индустриально-аграрном регионе является результатом манипулирования общественным сознанием с применением базового принципа «искривления социопространства». Населению умело и грамотно с точки зрения PR-воздействия внушили мысль о губительности данного вида добывающего производства для местной природы. Обращение к гражданской позиции населения по экологическим вопросам вызывает предсказуемую и запрограммированную реакцию. Иными словами, для формирования социальной напряженности активно использовался метод прямой негативизации. Соответственно, в просветительной деятельности следует особое внимание уделить позитивным аспектам проблемы, разъясняя их максимально объективно и доходчиво, т.е. наглядно демонстрировать положительные моменты явления. Особое место надо отвести экономическому аспекту проблемы, т.е. тем выгодам, которые могут быть получены в результате расширения промышленной сферы. Ненавязчивая аргументация в пользу ошибочности позиции неприятия явления подводит к выводу о несовершенстве подобной позиции и вполне обоснованному желанию «не ассоциироваться с ней».

Для удержания позитивной позиции необходимо применить метод приведенного вывода с тем, чтобы закрепить у слушателей мнение о личном и, главное, самостоятельном выборе позиции отказа. На этом этапе надо ясно осознавать, что использовать метод приведенного вывода в условиях искусственно сформированного искривленного представления о явлении достаточно сложно. Требуется особое внимание к приводимым доводам и аргументам, с учетом известной особенности психики:

¹Как правило, это возгласы: «Нас всех загоняют на кладбище», «Не дайте убить ваших детей», «Спасайте детей» и т.п., после чего активно используется тема катастрофической безвременной смерти.

²Общеизвестно, что «экологическая нива» - самое плодородное поле для получения быстрых и масштабных дивидендов в политической борьбе, в создании благоприятного имиджа политика, а часто и для скорого обогащения.

осознав обман, люди стараются оправдать свое поведение в неприглядной ситуации и отстаивают истинность информационных установок. Здесь очень важна техника подачи информации. Монолитная внятная информация, преподносимая опытным лектором, хорошо усваивается и, главное, анализируется мозгом. Это позволяет делать обоснованные объективные выводы в границах имеющейся информации. На этом этапе целесообразно использовать информацию, позволяющую рассеять ряд наиболее одиозных угроз и опасений,¹ на базе которых формировалось негативное восприятие предлагаемых изменений. В результате у реципиента формируется устойчивое мнение об объективности информации и собственное отношение к происходящему.

Значительно повлиять на снижение социально-политической напряженности может метод «приобщение к аудитории», подкрепленный принципом авторитета в случае участия представителей местных или территориальных органов власти.

Подводя итог, отметим следующее. Значимой преградой на пути модернизации может стать социально-политический фактор. Обострение действия этого фактора может быть связано с разными причинами, в том числе усиление конкурентной борьбы между регионами, между претендентами на государственный заказ, политическими или иными амбициями медийных лиц и т.д. В подобной ситуации «экологическая угроза» – это самая разыгрываемая карта, позволяющая в короткие сроки и с относительно малыми затратами дестабилизировать социально-политическую ситуацию путем формирования негативного общественного мнения по тому или иному поводу. Это первый момент, который следует учитывать территориальной администрации, приступая к коренным изменениям в экономической сфере.

Вторым значимым моментом мы считаем изучение специфики менталитета населения конкретной тер-

ритории, на которой планируются изменения, в частности модернизация.

Третий важный момент, который целесообразно учитывать, чтобы обеспечить скорость и эффективность процесса модернизации – это грамотная организационная работа с населением с использованием активного ПР, а не пассивных ПР-действий, т.е. работы в кризисных ситуациях.

Организационную работу следует начинать с разработки программы общения с населением, позволяющей предупредить формирование негативного общественного мнения. Вероятность возникновения негативной реакции на изменения, в частности, на модернизацию или структурные промышленные преобразования, в современных условиях резко возрастает, так как обусловлена конъюнктурными причинами, прежде всего борьбой за сокращающиеся ресурсы. Например, «раскачивание» социально-политической обстановки может быть выгодно одной из компаний, претендующих на право использования ресурса. В условиях формирования гражданского, социально ориентированного общества социально-политический фактор становится важным инструментом воздействия на позицию властных структур и на принятие управленческих решений.

Для разработки программы мы рекомендуем методологию, включающую базовый экономический принцип устойчивости экономических предпочтений и комплекс ПР-методов, о которых говорилось выше.

Использование предлагаемой методологии управления общественными отношениями позволит в сжатые сроки изменить негативную ситуацию и сформировать предпосылки для конструктивного диалога власти и населения не только по экологическим проблемам, но и по другим вопросам комплексного социально-экономического развития территории.

¹ В плане нагнетания общественной истерии и страха экологическая тематика – беспроигрышный вариант, так как в данном случае затрагиваются основные базовые условия существования индивида, которые не оставят равнодушным ни одного разумного человека. Естественный объяснимый страх личности за свое существование усиливается в случае участия в митинговых акциях в соответствии с законами поведения толпы, что в геометрической прогрессии увеличивает негативный эффект.