

Е.И. Копышта,

доцент кафедры общественных коммуникаций и рекламы АТиСО

ДОВЕРИЕ КАК ОСНОВА ИНФОРМАЦИОННОГО ПАРТНЕРСТВА

Переход от информационного сопровождения к информационному партнерству представляется стратегической задачей для преобразования и развития коммуникационных институтов всех уровней от масс-медиа до бизнес-коммуникаций.

Между участниками коммуникации **в случае информационного сопровождения** складываются преимущественно формы коммуникационного действия характерные для управления: субъект – объектные. Коммуникатор относится к реципиенту, прежде всего как к средству достижения своих целей. **В случае информационного партнерства** будут преобладать формы характерные для диалога, то есть субъект-субъектные (субъекты равноправны), способствующие возникновению социально-психологической общности «мы-группа». Таким образом, снимается дихотомия субъекта и объекта, реализуется возможность их продуктивного взаимодействия, создается среда коллективной работы, в которой все ресурсы являются взаимосвязанными, оперативными и согласованными.

Доверие, с нашей точки зрения, и есть тот момент во взаимодействии, который придает коммуникативному акту статус общения, т.е. определенная мера доверия в актах коммуникации позволяет совершить переход от субъект-объектного способа коммуникации к субъект-субъектному общению. Отношения, свойственные примитивному животному инстинкту типа "ударь-и/или-убеги", не являются стратегически продуктивными.

Каждый период жизни человека характеризуется определенным коммуникативным состоянием, его обращенностью к другим людям. Коммуникативное состояние - это, с одной стороны, состояние готовности к приему влияний со стороны других людей, которое предполагает соответствующую глобальную перестройку личности и деятельности субъекта. Другими словами, это целостная установка субъекта, содержанием которой является ожидание направленных на него действия и оценок. Это, с другой стороны, готовность к коммуникативному воздействию - предрасположенность к действиям и оценкам по отношению к другим людям.

Понятие «социальной коммуникации», как движения смыслов в социальном времени и пространстве, является меж научным. Также и ключевая категория социальной коммуникации «доверие» имеет меж научный характер. Доверие регулярно упоминают философы (этика), социологи, экономисты.

Международной организацией DDI (Development Dimension International) еще в 1995 г. был проведен обзор, направленный на изучение уровня доверия в большом количестве организаций. В результате исследования организаторы пришли к выводу, что во всем мире в 57% организаций производственного и обслуживающего профиля наблюдается отсутствие доверия, что является основной их проблемой, связанной с низкой эффективностью функционирования.

Доверие в экономике можно рассматривать на различных уровнях. В наиболее агрегированном виде доверие может быть рассмотрено на микро- и макроуровне, т. е. на уровне отдельной организации и на уровне экономики в целом.

Доверие определяется то как убеждение, то как фактор надежности и эмоциональности, то вообще как "неосязаемая сущность», обладающая огромной мощью. Некоторые поклонники «бараньего рога» и «ежовых рукавиц» всерьез считают, что доверие проистекает из сознания слабости,

неуверенности в себе. Таким образом, остается невыясненной психологическая сущность доверия, проявляющегося всюду, где люди вынуждены действовать совместно. А проблема доверия человека к себе как относительно самостоятельный феномен до сих пор не была предметом специального рассмотрения.

В «Советском энциклопедическом словаре» понятие «доверие» вообще отсутствует. В «Экономическом словаре» обнаруживается следующее загадочное определение: «Доверие - степень достоверности политических заявлений, которые заслуживают доверия». В Психологическом словаре А.В. Петровского и М.Г. Ярошевского, Оксфордском толковом словаре по психологии нет значения и толкования термина «доверие».

Ни одна из фундаментальных наук или отраслей знаний не включает «доверие» в число базовых категорий. Автор считает, что этот пробел следует заполнить теории коммуникаций.

Многие психоаналитики уверены, что самым существенным для человека является умение доверять другим и лишь это является гарантией того, что другие будут доверять вам. С точки зрения психоаналитического подхода, это умение является базисом **взаимодействия** с другими. А «общественные отношения», как известно, и есть связи, возникающие в процессе **социального взаимодействия**. Такие связи, контакты и взаимодействие и являются предметом изучения «теории коммуникаций». Следовательно, «доверие» не может не быть фундаментальным понятием теории коммуникаций. Известный американский социолог Фрэнсис Фукуяма в политэкономическом исследовании «Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию» сделал вывод о том, что **доверие считается основой всех социальных институтов**.

Если мы ставим задачу изучения феномена информационного партнерства, то представляется целесообразным исследовать психологические аспекты партнерства, раскрыть содержание понятие

«доверие», как необходимой предпосылки и условия продуктивного партнерства.

Доверие есть способность человека наделять явления и объекты окружающего мира, а также других людей, их возможные будущие действия и собственные предполагаемые действия свойствами безопасности (надежности) и ситуативной полезности (значимости).

Доверие человека к миру и доверие человека к себе постоянно находятся в состоянии подвижного равновесия. Абсолютизация любого из полюсов приводит к дезадаптации личности и патологическим последствиям. Вместе с тем это равновесие должно быть подвижным, иначе происходит консервация психологического состояния и развитие останавливается.

Для сопротивляющейся прогрессу культуры характерна острая неприязнь к изменениям и инновациям. В традиционном обществе, воспринимающем социальные взаимодействия как игру с нулевой суммой (если у кого-то прибыло, значит, у другого убыло), все новое связано с чрезмерными рисками. Реализация задач инновационного развития и обеспечивающего такое развитие информационного партнерства предполагает освоение лидерами и субъектами развития нового типа продуктивного мышления: требуется актуализация не знаний, а методов решения (применение известных методов к новому случаю), а также конструирование новых методов.

Проблема заключена в пропорции (уровне, количестве) доверия, адресованного миру и себе. В процессе жизнедеятельности человек постоянно реализует определенную пропорцию между ними, разрешая одно и то же противоречие, соотнося внешние условия активности, заложенные в мире, которому он не может не доверять, и свои личные возможности при возникновении той или иной потребности или проблемной ситуации.

Одним из возможных подходов к выяснению содержания понятия «доверие» может быть исследование его как отношения, состоящего из трех компонентов.

Когнитивный компонент включает прогноз последствий предполагаемого поступка, основанный на знаниях и представлениях о мире, людях, типах взаимоотношений, о нормах поведения, а также на знаниях о себе и предположениях о своих возможностях, основанных на прошлом опыте.

Эмоционально-оценочный компонент включает, с одной стороны, предположение об уровне безопасности конкретного объекта, с которым субъект собирается вступить во взаимодействие, и оценку значимости ситуации взаимодействия в целом, а с другой – оценку собственных возможностей в данной ситуации и эмоциональную оценку возможных последствий намечаемого способа поведения.

Поведенческого компонент связан с выбором стратегии поведения, где проявляются формально-динамические стороны доверия: мера и избирательность в каждой конкретной ситуации.

Восприятие, сенсомоторное научение, акт понимания, рассуждение и т.д. - все это сводится к тому, чтобы тем или иным образом, в той или иной степени структурировать отношения между средой и организмом, обеспечить гибкое и одновременно устойчивое структурное равновесие поведения.

К сожалению, социологические исследования сравнительного уровня доверия в российском обществе демонстрируют печальные результаты.

По данным Мирового исследования ценностей (WVS) и исследования «Евробарометр в России», проведенного Центром социологических исследований РАНХиГС в 2012 г., уровень межличностного доверия в России в 1,5-2 раза ниже, чем в странах Западной Европы и США.

Наименьших показателей он достигает в городах-миллионниках. В Москве менее 1% жителей считает, что людям в целом (независимо от того, знакомы они или нет) можно верить. Это самый низкий показатель по всей России.

Существует три базовых уровня доверия.

Во-первых, **личное доверие**. Это доверие к конкретному человеку или группе (обычно знакомых) людей.

Во-вторых, **обобщенное доверие**. Оно предполагает доверие не к конкретным лицам, а к обобщенному «другому», незнакомому человеку, с которым потенциально можно встретиться в некоторой социальной ситуации.

В-третьих, **институциональное доверие**. Это уже доверие не к людям, а к институтам. Например, к институту образования (школам, университетам), органам государственной власти, правоохранительным органам, СМИ. В условиях вакуума обобщенного и институционального доверия в России большинство социальных отношений строится исключительно на личных отношениях. В наибольшей степени жители страны верят своим друзьям и знакомым.

А вот данные о доверии к институтам.

Судебная власть.

Россияне оценивают работу судов скорее неудовлетворительно, выяснили социологи ФОМ в ходе июньского опроса 2012г. (проводился в 43 регионах, участвовали 1500 респондентов). 40% опрошенных отрицательно отзываются о работе судебной системы, в то время как положительную оценку ей дают 24%. Негативные оценки судов преобладают среди жителей крупных городов там недовольных уже 46%. Самый высокий антирейтинг суды имеют среди тех, кто имел опыт судебных разбирательств (до 62%).

Полиция.

Исследование проводили представители Высшей школы экономики и ИМЭМО РАН в 2012 году. Совокупная выборка обследования составила более 50 000 человек в 26 европейских странах.

Лидеры по доверию полиции - скандинавские страны, Германия и Швейцария, где этот показатель составил 7- 8 баллов по 10-балльной шкале. Уровень доверия наших соотечественников к полиции в 2010 г. составил 3,5. Хуже было только на Украине (2,5 балла).

Около 70% европейцев считают, что полицейские общаются с обывателями уважительно и справедливо. Среди россиян таких вдвое меньше - 36%, на Украине около 20%. В Болгарии, например, около 60%, в Эстонии 74%, в Западной Европе еще выше.

Большинство европейцев (около 60%) полагают, что полицейские разделяют их ценности (65%) и представления о добре и зле (57%). В России противоположная ситуация: 66% наших сограждан считают, что сотрудники МВД имеют отличные от привычных представления о границах между добром и злом, особую мораль и нравственность. Получается, что в России (и на Украине) обыватели считают сотрудников внутренних дел особой кастой, имеющей иные, искаженные ценности. Отчуждение и враждебность в такой ситуации неизбежны.

Бизнес.

Financial Times в 2013 опубликовала очередной «Глобальный бизнес-барометр» - результаты совместного с журналом The Economist исследования, которое проводилось в период с 15 января по 15 февраля 2013 г.

В ходе исследования были опрошены около 1600 руководителей компаний в 11 развитых странах мира.

Среди прочего респондентов просили оценить отношение правительства к бизнесу. Россия в этом рейтинге оказалась на последнем месте: 16% респондентов оценили российское правительство как «крайне недружелюбное», 34,7% — как просто «недружелюбное» по отношению к бизнесу. «Очень дружелюбным» российское правительство находят всего 2,5% опрошенных. На первом месте в рейтинге находится Канада, где недружелюбным считают правительство менее 5% опрошенных, на втором — США, на третьем — Великобритания.

Согласно докладу Центра правовых и экономических исследований «Уголовная политика в сфере экономики: экспертные оценки».

МВД в 2000-2010 гг. привлекло к уголовной ответственности по экономическим статьям более 1млн. 100 тысяч лиц, около 15% «хозяйствующих субъектов», **почти каждый шестой предприниматель привлекался к уголовной ответственности.**

В 2008-2010 гг. МВД зарегистрировало около 800 000 экономических преступлений. До суда дошли только 25%, а из них еще четверть прекратили. Возбуждение и прекращение дел стали рычагом вмешательства силовиков в экономику, способом получения доли собственности. По подсчетам экспертов, эти репрессии ежегодно обходились стране примерно в 2% ВВП.

О каком доверии бизнеса к власти можно говорить, глядя на эти результаты?

Как было декларировано выше, доверие - это фундаментальное условие взаимодействия человека с миром. Социальное доверие означает эффективность и значимость институтов, интегрированность общества, а значит, повышение доверия — это неоценимый ресурс развития во всех сферах общественной жизни. Необходимость повышения доверия в обществе не моральный призыв, а первоочередная задача всех общественных институтов.