

Как правило, это значительно повышает экспертную оценку ГЧП-проекта органами местного самоуправления. Однако показатель информированности среди населения в целом невысок. При ответе на вопрос «Известно ли Вам о деятельности Минского городского Совета депутатов?» для группы минчан-«руководителей» он составил +0,088, минчан-«предпринимателей» –0,056, а для других категорий минчан – –0,066 [2, с. 175].

Считаем, что уже стартовавшие ГЧП-проекты необходимо широко освещать в СМИ, объясняя их специфику и полезность для населения и экономики региона. Тогда «затруднительное» отношение общества к ГЧП изменится в позитивную сторону. Тем более что положительный социальный базис касательно малого и среднего предпринимательства уже есть. Возможно, низкая информированность населения о ГЧП связана с отсутствием потребности в этой информации из-за привычки общества к патернализму в государственной экономической политике. Такая позиция снижает гражданскую активность. Ситуация усугубляется отсутствием со стороны властей масштабной работы разъяснительного характера. Пока население рассматривает себя скорее основным потребителем результатов ГЧП-проектов, чем активным участником в решении социально значимых проблем.

Библиографические ссылки

1. Андрос И.А. Белорусское предпринимательство: социологическое прочтение. Минск: РИВШ, 2019. 230 с.
2. Кобяк О.В. Экономический человек: закономерности формирования мышления и механизмы управления поведением. Минск: ИООО «Право и экономика», 2006. 215с.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ УСТАНОВОК НАСЕЛЕНИЯ

И.И. Бузовский

*Министерство информации Республики Беларусь,
Пр-т Победителей, 11, 220004, Минск, Беларусь
Ibuzovsky@mail.ru*

Статья посвящена проблемам формирования, воздействия на общественное сознание, социальные поведенческие установки и в итоге на социально значимое поведение населения. В условиях глобальной информатизации, подчиненности общества и информационного пространства, необходимо учитывать возрастающие негативные явления десоциализации – частичной либо полной утраты смысложизненных норм и ориентиров. В этой связи в контексте принятия

социального управленческого решения все возрастающую актуальность приобретает социологический анализ данных процессов.

Ключевые слова: *социальные поведенческие установки; факторы воздействия; социализация; десоциализация; социально-управленческий механизм.*

Исследования формирования и реализации социальных поведенческих установок различных социально-демографических групп населения, выявление их качественной направленности и степени влияния на общественные процессы, определение эффективных инструментов снятия возможных негативных последствий названных установок особенно в периоды трансформационных процессов в обществе является важным направлением современной социологической науки. Качественная направленность практической реализации социальных поведенческих установок, как правило, бывает разной и зависит от меры включенности субъекта в те или иные сферы жизнедеятельности. Следовательно, изучение процессов формирования и реализации социальных поведенческих установок отдельных людей и различных социальных групп населения должно начинаться с определения характеристик так называемых «факторов воздействия».

«Факторы воздействия» могут вызывать как позитивные, так и негативные реакции и, следовательно, формировать различные по своему характеру социальные поведенческие установки: позитивные, негативные, активные, пассивные, агрессивные и так далее. Вместе с тем, они могут быть реальными (возникающими на основе жизненного опыта субъекта) и виртуальными (подсказанными средствами массовой информации, социальными медиа, наконец, элементарными слухами). Следует заметить то, что виртуальные факторы могут быть объективными (правдивыми, соответствующими действительности) и субъективными (в том числе деструктивными, целенаправленно дестабилизирующими ситуацию, то есть так называемыми «фейковыми вбросами»).

Восприятие обществом в целом, составляющими его различными социальными группами, отдельными индивидами тех или иных перечисленных «факторов воздействия» зависит от общей ситуации в государстве, уровня доверия органам власти, экономической ситуации в стране, степени доверия тем или иным средствам массовой информации, содержательной направленности базовых ценностей, созданными государством условий для реализации таких ценностей и, наконец, степени понимания необходимости объективной оценки происходящего на основе сопоставления всей имеющейся у индивида информации. Последнее связано с уровнем политической культуры в обществе.

Особая роль в формировании социальных поведенческих установок принадлежит процессу социализации, которая выражается в усвоении индивидом внешних социальных воздействий, результатов деятельности, приобретающих в результате этого личностный смысл и значение. Субъективный характер деятельности индивида проявляется в таких аспектах активности субъекта, как преломление внешнего во внутреннем мире человека, обусловленность психического образа социальным опытом, потребностями, установками, целями и мотивами, определяющими направленность и избирательность деятельности человека [1, с. 55–56]. Таким образом, позитивная социализация – это двусторонний процесс, включающий в себя, с одной стороны, усвоение индивидом социального опыта путем вхождения в социальную среду, систему социальных связей; с другой стороны, – процесс активного воспроизводства индивидом системы социальных связей, традиций, норм и ценностей за счет его активной деятельности, включения в социальную среду. Однако, наряду с позитивной социализацией, в условиях глобальной информатизации, подчиненности общества и информационного пространства СМИ, набирают динамику и негативные тенденции. Так, наряду с социализацией необходимо учитывать и явления десоциализации (desocialization), под которым в социологической науке понимается процесс частичной либо полной утраты индивидом «определенных социальных ценностей, норм и ориентиров, сопровождающийся отчуждением индивида от определенной социальной группы» [2, с. 244]. Проблема социального отчуждения личности актуализирована тем, что процессы десоциализации, во-первых, определяют новые характер и структуру социальных отношений, во-вторых, влекут за собой искажение ценностных ориентиров, механизмов саморегуляции личности, всех видов идентичности. Совокупным результатом процесса десоциализации выступает рассогласование интересов, норм и мотиваций социальных субъектов и как итог – социальная нестабильность общества, повлекшая в ряде случаев политический кризис или социальный взрыв. Массовые проявления десоциализации были характерны для первого десятилетия постсоветского периода, когда социально-демографические группы, вступившие в процесс социализации в 1990-х гг., принято называть «потерянным поколением». Особенностью и современных общественных процессов становится устремленность заложить в фундамент человеческих отношений гипертрофированное применение теории гуманистической психологии основоположником, которой являлся К.Роджерс при которой каждый человек живет только «здесь и сейчас», а философией отношений становится стратегия «Я и вокруг меня» - философия эгоцентризма.

Подменяя таким образом понятия при формировании здоровых общественных процессов и ратуя за гуманистическое общество фактически нивелируются основы социализации, когда с одной стороны, у социального субъекта посредством усвоения внешней социальной действительности формируются нормы, ценности, представления. С другой стороны, происходит обратный процесс трансформации внутренних факторов в социальные поведенческие установки и внешнее действие – поведение социальных субъектов. Подобная двойственность воздействия лежит в основе механизмов формирования социальных поведенческих установок, основными из которых в настоящее время выступают печатные и электронные СМИ, сеть Интернет, другие массмедиа [3, с. 4].

Таким образом, формирование и трансформация социальных поведенческих установок населения определяется совокупностью факторов, среди которых можно выделить внешние и внутренние (макро- и микросреда), находящихся в тесной взаимозависимости и взаимосвязи. К факторам, на разных этапах оказывающих влияние на формирование социальных поведенческих установок, относятся: процессы социализации и формирования идентичности, экстерниоризации и интериоризации ценностей, ценностные установки. Комплексный анализ существующих противоречий, разработка эффективных социально-управленческих механизмов, а также прогнозирование возможных путей их развития могут быть осуществлены лишь при условии применения инструментов и методов социологического анализа.

Библиографические ссылки

1. Буева Л. П. Деятельность как объект социальной психологии // Методологические проблемы социальной психологии. М. : Наука, 1995. С. 55–56.
2. Клейберг Ю.А. Десоциализация личности и интернет в контексте психологии девиантного поведения // Бюллетень науки и практики. 2016. № 3. С. 224.
3. Лапина С. В. Роль медиасферы в формировании и развитии современных научных коммуникаций // Материалы Междун. научно-практ. конф. «Медиасфера России и Беларуси в условиях современных геополитических трансформаций», БГУ, Минск, ноябрь 2010 г. Минск : БГУ, 2010 г. С. 4–7.