

УДК 316.613.4

Ю. В. Белікова

канд. соціол. наук, доц. кафедри соціології та психології управління
Харківського національного економічного університету
пр. Леніна, 9-А, м. Харків, 61166, Україна
E-mail: belikova@hneu.edu.ua

УПРАВЛІННЯ ЕМОЦІЯМИ ЯК СОЦІАЛЬНА ТЕХНОЛОГІЯ ЗНИЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ РИЗИКІВ

У статті розглянуто управління емоціями як соціальну технологію, що відрізняється гнучкістю та контролем, дозволяє знизити комунікативні ризики. Підкреслюється, що управління емоціями може здійснюватися на мікрорівні завдяки високому емоційному інтелекту, на мезорівні фактором зниження комунікативних ризиків є емоційне лідерство, на макрорівні — емоційний капітал.

Ключові слова: управління емоціями, соціальна технологія, ризик, емоційний інтелект, емоційний капітал.

Завдяки роботі У. Бека поняття ризику дістало свого розвитку та увійшло до кола найактуальніших питань соціології. В рамках концепції суспільства ризику У. Бека ризики представлені як константа суспільного життя, оскільки є постійними, легітимними та присутні у всіх сферах життєдіяльності [1]. Ризик виникає у процесі прийняття рішення, що може відбуватися як на мікрорівні — індивідуальному прийнятті рішень, так і на мезорівні — рівні групи чи організації, на макрорівні — рівні суспільства чи міжнародного співтовариства.

Існує декілька визначень ризику, найвідоміші належать У. Беку, Н. Луману та Е. Гідденсу. Згідно з У. Беком ризик може бути визначений як систематична взаємодія суспільства з загрозами й небезпеками, що є наслідком модернізації [1, с. 45].

Соціологічна теорія ризику Н. Лумана трактує ризик як зворотну сторону норми та наголошує, що вивчення ризиків є необхідною складовою для розуміння суспільства [2]. Слідом за У. Беком Н. Луман пов'язує виникнення ризиків із процесом вибору, однак акцентує увагу на неспроможності раціональності пояснити основи соціальної взаємодії. Недостатність самої раціональності обумовлена тим, що процес прийняття рішення завжди відбувається в умовах невизначеності та браку інформації щодо всіх можливих альтернатив вибору. Провідна роль у теорії ризику Н. Лумана відведена комунікаціям, що виступають механізмом відтворення суспільства та забезпечують зв'язок різних систем та підсистем суспільства, що підкреслює значущість вивчення саме комунікативних ризиків.

Соціологічна теорія ризику Е. Гідденса фокусує увагу на структурних елементах суспільства, що викликають ризики, — абстрактних системах та пов'язує рівень довіри у цих системах із рівнем ризику [3].

Суспільство ризику можна назвати суспільством невизначеності, оскільки ризик — це завжди подія або явище з невизначеними наслідками. Ризик є невід'ємною частиною суспільних відносин, тому постає запитання щодо можливості управляти ризиками, принаймні знаходження факторів, що сприяють зниженню ризиків, що актуалізує обрану проблему дослідження.

Ризики досліджувалися як іноземними соціологами У. Беком, Е. Берджесом, А. Віддавскі, Е. Гідденсом, М. Дугласом, Н. Луманом, Д. Луптоном, Р. Парком [1–7], так і українськими та російськими соціологами К. Гавриловим, І. Кононовим, С. Нікітіним, К. Феофановим, О. Яницьким [8–11]. Втім зазначені науковці зосередилися переважно на вивченні глобальних ризиків: екологічних, соціальних (класових, мобільності), економічних (безробіття, бідність), політичних. Залишилися поза увагою комунікативні ризики, які представляють ланку, що поєднує різні системи та підсистеми суспільства, та чинять безпосередній вплив на сприйняття та виробництво екологічних, соціальних, економічних, політичних ризиків.

Метою статті є розглянути управління емоціями як соціальну технологію зниження комунікативних ризиків. Для досягнення зазначеної мети необхідно, по-перше, визначити поняття комунікативних ризиків, внутрішні та зовнішні фактори, що їх зумовлюють, по-друге, проаналізувати особливості управління емоціями на мікро-, мезо- та макрорівнях соціальної системи.

Згідно з Л. Бакстером, А. Сілларсу та А. Вангелісти комунікація — це засіб, за допомогою якого люди конструюють і підтримують свої відносини [12, 13]. За Н. Луманом, комунікація представляє історично-конкретну подію, що протікає залежно від контексту, специфічну операцію, що характеризує винятково соціальні системи, у ході якої відбувається перерозподіл знання й незнання, а не зв'язок або передача інформації або перенос семантичних змістів від однієї психічної системи, що володіє ними, до іншої [2].

Дослідники ризику та безпеки А. Віддавскі, К. Перроу та С. Саган підкреслюють, що зусилля, спрямовані на комунікацію й взаєморозуміння між частинами системи, часто неефективні, підсистеми слабо пов'язані між собою, а зусилля з соціального контролю над ними занадто грубі й непередбачені [14–16], що викликає комунікативні ризики.

Комунікативні ризики — імовірність руйнування відносин чи зниження якості взаємодії (відносин) індивідів, груп чи соціальних інститутів. Комунікативні ризики пов'язані з вибором певних альтернатив, розрахунками ймовірностей їх результату — у цьому їх суб'єктивна сторона. Крім цього, суб'єктивна сторона проявляється у тому, що індивіди неоднаково сприймають той самий ризик в силу відмінності соціально-психологічних орієнтацій, принципів, настанов і т.д.

Об'єктивне існування комунікативних ризиків обумовлює імовірнісна сутність багатьох природних, соціальних і технологічних процесів, багатоваріантність матеріальних і нематеріальних відносин. Крім того, ризики існують незалежно від того чи є вони свідомими, врахованими.

Усі види ризиків взаємозалежні. Ця обставина утруднює прийняття рішень з оптимізації ризику й вимагає поглибленого аналізу складу конкретних ризиків, причин і факторів їх виникнення. Поняття комунікативного ризику включає такі елементи: можливість відхилення від передбачуваної мети комунікації, зміни у сценарії комунікації; зниження імовірності досягнення бажаного результату комунікації; відсутність упевненості в досягненні мети; можливість матеріальних і нематеріальних втрат, пов'язаних зі здійсненням обраної в умовах невизначеності альтернативи.

До факторів, що сприяють виникненню комунікативних ризиків можна віднести зовнішні фактори: обмеженість, недостатність матеріальних, фінансових, трудових і інших ресурсів при прийнятті й реалізації рішень; неможливість однозначного пізнання об'єкта за даних умов й методів пізнання; різноманіття соціально-психологічних настанов, ідеалів, намірів, оцінок. Зовнішні фактори є складними чи неможливими для управління, втім управляти можна сприйняттям цих факторів.

До внутрішніх факторів, що сприяють виникненню комунікативних ризиків, відносимо рівень недовіри (низької довіри) до соціальних інститутів чи груп; неадекватні розуміння, оцінка відносин, як результат неадекватні та неефективні дії; невміння усвідомлювати, контролювати власні почуття та почуття інших, як результат неспроможності управляти відносинами та проявляти емпатію, тобто низький емоційний інтелект індивіда; низький рівень емоційного капіталу організації чи соціального інституту, відсутність емоційних лідерів у малій групі чи організації.

Передбачаємо існування соціальних технологій, що зменшують комунікативні ризики, в першу чергу, за рахунок управління зазначеними внутрішніми факторами. Енциклопедичний соціологічний словник визначає соціальну технологію як «...специфічний і стандартний засіб діяльності соціолога-практика у сфері управління, сукупність прийомів, спрямованих на визначення чи перетворення (зміну стану) соціального об'єкта, досягнення заданого результату» [17, с. 224]. Влучне визначення дано в словнику-довіднику «Соціальне управління»: «Соціальна технологія — алгоритм, процедура здійснення дій в різних областях соціальної практики: управлінні, освіті, дослідницькій роботі, художній творчості» [18, с. 197].

Соціальна технологія — це структура комунікативних впливів, що змінюють соціальні системи або ситуації, у нашому випадку управління емоціями корегує комунікативні процеси та, таким чином, змінює сприйняття та (ре)конструює інтеракції між індивідами, малими групами, організаціями, соціальними інститутами.

В. І. Подшивалкіна визначає соціальну технологію як інструментальну систему, що є результатом цілеспрямованої людської діяльності та створена для розв'язання завдань у певній проблемній області та виділяє соціальні технології за сферами впливу на соціальні процеси, а саме: 1) ті, що формують певні соціальні процеси; 2) ті, що стимулюють (орієнтують на підтримку чи розвиток соціальних процесів); 3) ті, що стримують (ставлять певні межі соціальним процесам); 4) деструктивні (руйнівні), що спрямовані на піддрив і усунення певних процесів [19].

Управління емоціями як соціальна технологія зниження комунікативних ризиків відноситься до тих технологій, що стимулюють соціальні процеси, сприяє розвитку емоційного інтелекту, емоційного капіталу та становленню емоційного лідера, що оптимізує соціальні відносини між індивідами, групами, соціальними інститутами.

Управління емоціями може здійснюватися на всіх рівнях соціальної системи: мікро, мезо та макро. На мікрорівні управління емоціями можливо завдяки високому емоційному інтелекту, що включає як особистісні навички: самосвідомість та самоконтроль, так і соціальні: соціальну чуйність та управління відносинами. Високий емоційний інтелект сприяє зниженню комунікативних ризиків за рахунок формування та розвитку стресостійкості, гнучкості, оптимізму, самоаналізу, асертивності (уміння виразити власні почуття, переконання та думки, відстоювати власні особисті права), незалежності, самооцінки, самоактуалізації, емпатії, соціальної відповідальності; контролю імпульсивності та руйнівних емоцій, як наслідок створюються оптимальні умови для прийняття рішень.

На мезорівні фактором зниження комунікативних ризиків є емоційне лідерство. Емоційне лідерство — це здатність формувати колектив і вести його до намічених цілей на основі, по-перше, індивідуальних якостей (рівня інтелекту не нижче за середній, високого рівня емоційного інтелекту, рівня креативності не нижче за середній), по-друге, особливого емоційного сприйняття: здатності викликати повагу, довіру, певною мірою комунікативні емоції (симпатію, дружбу, інтерес та радість), не викликати сором, зніяковілість, сум, та відразу [20, с.292].

Емоційне лідерство сприяє зниженню комунікативних ризиків за рахунок створення комфортного соціально-психологічного клімату, високого рівня довіри та поваги. Е. Гідденс пов'язує рівень довіри, ризик та абстрактні системи. На думку соціолога абстрактні системи створюють сфери відносної безпеки для продовження життя, у якому ніщо не може бути гарантованим [3, с.133]. Вважаємо, що логіка, яка побудована А. Гідденсом щодо взаємозалежності між довірою до абстрактних систем та ризиком може бути перенесена на довіру до людей. Отже до того моменту доки люди наділяють довірою певну особу, ця особа забезпечує безпеку та передбачуваність, яка не може бути досягнута жодним іншим засобом [3, с. 134].

Високий рівень довіри дозволяє емоційному лідеру врегулювати конфлікти та знизити соціальну напругу, організувати командну роботу, підняти рівень згуртованості, створити командний дух, передати ентузіазм, мотивувати до роботи.

На макрорівні зниженню комунікативних ризиків сприяє емоційний капітал соціального інституту, наприклад реклами. Розрізняють зовнішній та внутрішній емоційний капітал. Поняття зовнішнього емоційного капіталу було уперше введено президентом Соса-Кола Стівеном Дж. Хейером для позначення емоційних інвестицій споживачів у медіа-контент та брендинг як засіб підвищення вартості бренду. Зовнішній емоційний капітал реклами представляє цінність почуттів і сприйняття споживачів по відношенню до продукту, реклами. Емоційний капітал містить цінність

бренду, довіру, цінності та етику. Внутрішній емоційний капітал реклами представляє здатність реклами створити, виразити, передати емоційний образ з урахуванням соціально-психологічних характеристик споживачів та соціального контексту.

Емоційний капітал соціального інституту сприяє зниженню комунікативних ризиків за рахунок довіри та цінності, яку він має для інших суб'єктів соціальної системи, норм та цінностей, з якими пов'язаний, асоціаціями, наприклад, надійність, сім'я, безпека, екологічність.

Управління емоціями представляє соціальну технологію, отже послідовність етапів соціальної взаємодії, у ході якої кожний суб'єкт, що брав участь у взаємодії, реалізує власну управлінську стратегію стосовно інших суб'єктів і формує соціальну дійсність. Суб'єктами управління емоціями на макрорівні є соціальні інститути, на мезорівні — малі групи чи організації, на мікрорівні — індивіди. Об'єктами управління на макрорівні виступає емоційний капітал соціального інституту, на мезорівні — навички емоційного лідерства, на мікрорівні — розвиток емоційного інтелекту.

Основною перевагою управління емоціями порівняно з іншими соціальними технологіями управління соціальними діями та прийняття рішень є високий рівень гнучкості та контролю. Іншими варіантами управління соціальними діями та прийняття рішень є раціональна технологія (високий рівень контролю, але низький рівень гнучкості), креативна технологія (високий рівень гнучкості, але низький рівень контролю) та примітивна технологія (низький рівень гнучкості та контролю).

Підсумовуючи, наголосимо, що у статі дістало подальшого розвитку дослідження ризиків на основі представлення управління емоціями як соціальної технології, що відрізняється гнучкістю та контролем і дозволяє знизити комунікативні ризики.

Розгляд управління емоціями як соціальної технології зниження комунікативних ризиків спонукає до аналізу соціальних механізмів формування та розвитку емоційного інтелекту, емоційного лідерства та емоційного капіталу, що стане темою наступних досліджень.

Список використаної літератури

1. Beck U. Risk Society. Toward a New Modernity / U. Beck. — L.: SAGE, 1992. — 260 p.
2. Luhmann N. Risk: A Sociological Theory / N. Luhman. — N. Y.: Walter de Gruyter, 1993. — 236 p.
3. Giddens A. Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age / A. Giddens. — Standford: Stanford University Press, 1991. — 256 p.
4. Douglas M. Risk Acceptability According to the Social Sciences / M. Douglas. — N. Y.: Russel Sage Foundation, 1985. — 116 p.
5. Douglas M., Wildavsky A. Risk and Culture. An Essay on the Selection of Technical and Environmental Dangers / M. Douglas, A. Wildavsky. — Berkley: Univ. of California Press, 1983. — 224 p.
6. Lupton D. Risk and sociocultural theory: new directions and perspectives / D. Lupton. — Cambridge: Cambridge Univ.Press, 1999. — 186 p.
7. Park R. E., E. Introduction to the Science of Sociology / R. E. Park, E. Burgess. — Chicago: Press Chicago, 1924. — 606 p.

8. Яницкий О. Н. Социология риска: ключевые идеи / О. Н. Яницкий // Мир России. — 2003. — Т. XII. — № 1. — С. 3–35.
9. Никитин С. М. Социологическая теория риска в поисках предмета / С. М. Никитин, К. А. Феофанов // Социологические исследования. — 1992. — № 10. — С. 120–127.
10. Гаврилов А. Г. О конструировании понятия «риск» в социологии / А. Г. Гаврилов // Социология: методология, методы и математическое моделирование (Социология: 4М), 2007. — № 24. — С. 60–80.
11. Кононов І. Ф. Глобалізація: походження ризиків та можливість управляти ними / І. Ф. Кононов // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління: Збірник наукових праць (2009): 232–240.
12. Baxter L. A. Relationships as dialogues / L. A. Baxter // Personal Relationships. — Vol 1. Issue 1, 2004. — 1–22 p.
13. Sillars, A. L. Communication: Basic properties and their relevance to relationship research / A. L. Sillars, A. L. Vangelisti // The Cambridge Handbook of Personal Relationships. — N. Y.: Cambridge University Press, 2006. — P. 331–351.
14. Perrow C. Normal Accidents: Living with High-Risk Technologies/ C. Perrow. — N. Y.: Basic Books, 2011. — 386 p.
15. Sagan S. D. The Limits of Safety / S. D. Sagan. — NJ: Princeton Univ. Press, 1995. — 286 p.
16. Wildavsky A. Searching for Safety/ A. Wildavsky. — N. Y.: Transaction Book, 1988. — 254 p.
17. Осипов Г. В. Энциклопедический социологический словарь/ Г. В. Осипов, А. В. Кабыща. — М: ИСПИ РАН, 1995. — 940 с.
18. Социальное управление: Словарь / Под. ред. В. И. Добренкова, И. М. Слепенкова. — М.: Изд-во МГУ, 1994. — 208 с.
19. Подшивалкина В. И. Социальные технологии: проблемы эффективности и практики. — Кишинев: Центр. типография, 1997. — 352 с.
20. Бєлікова Ю. В. Емоційний профіль лідера (за результатами соціометричного дослідження) / Ю. В. Бєлікова // Соціальна психологія : укр. наук. журн. — Київ, 2012. — № 1/2 (52). — С. 283–293.

Стаття надійшла до редакції 10.05.2013

Ю. В. Бєлікова

Харьковский национальный экономический университет
пр. Ленина 9-А, г. Харьков, 61166, Украина

УПРАВЛЕНИЕ ЭМОЦИЯМИ КАК СОЦИАЛЬНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ СНИЖЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫХ РИСКОВ

Резюме

В статье рассмотрено управление эмоциями как социальная технология, которая отличается гибкостью и контролем, позволяет снизить коммуникативные риски. Подчеркивается, что управление эмоциями может осуществляться на микроуровне благодаря высокому эмоциональному интеллекту, на мезоуровне фактором снижения коммуникативных рисков является эмоциональное лидерство, на макроуровне — эмоциональный капитал.

Ключевые слова: управление эмоциями, социальная технология, риск, эмоциональный интеллект, эмоциональный капитал.

Y. V. Byelikova

Kharkiv National University of Economics
av. Lenina 9-A, Kharkiv, 61166, Ukraine

EMOTIONAL MANAGEMENT AS A SOCIAL TECHNOLOGY OF COMMUNICATION RISKS REDUCTION

Summary

The article deals with the management of emotions as a social technology that is characterized by flexibility and control, reduces the risk communication. It is emphasized that the management of emotions can be done at the micro level due to the high emotional intelligence, at the meso level the factor in reducing the risk of communication is emotional leadership, at the macro level — emotional capital.

Key words: emotional management, social technology, risk, emotional intelligence, emotional capital.