

## Груп-рефлексивна організація діалогу між агітатором та виборцем

Найдьонов М.І.

**Проблема** організації діалогу між суб'єктами електорального процесу інколи сприймається лише як елемент виборчої кампанії, проте має не тільки технологічне, але й загальнотеоретичне значення. Взаємодія між агітатором та виборцем є ареною зустрічі інтересів, яка може вихолощуватись до маніпуляцій, або розгортатись в повноцінний рефлексивний процес взаєморозуміння і взаємоузгодження. Яким саме чином організується взаємодія залежить насамперед від ціннісних настанов та техніки проведення агітаційного процесу, а також в значній мірі від рефлексивних механізмів, взаємних інтерпретацій цього процесу учасниками. Зважаючи на важливу роль психологічних механізмів в забезпеченні дієвості виборчої кампанії дослідженню польових технік взаємодії із виборцем приділяється досить мало уваги в політичній психології. Основний акцент нині покладається на засоби масової комунікації, візуальні реклами тощо, перетворюючи взаємодію суб'єктів виборчого процесу у або міфологічну площину боротьби іміджів чи інформаційні війни.

Стаття присвячена аналізу розробки і застосування технології груп-рефлексивної організації діалогу агітатора та виборця в реальній польовій взаємодії. Технологія Підписання Соціальної Угоди<sup>1</sup> - одна з інтерактивних комплексних технологій проведення агітаційної роботи, які застосовувалися на Україні в межах організації окремих виборчих кампаній кандидатами в депутати Рад різних рівнів у 2002 році (в тому числі, деякими партіями,

---

<sup>1</sup> У статті використані матеріали доповіді М.Найдьонова "Співвідношення організаційних і особистісних чинників застосування окремих виборчих технологій у кампанії 2002 року на Україні", виголошеної на секції Політична психологія в Україні, на 25 міжнародному конгресі із політичної психології в Берліні, у липні 2002 року.

зокрема блоком "За єдину Україну"). **Метою** даної роботи є обґрунтування теоретичних засад ефективного варіанту використання технології підписання соціальної угоди та аналіз її реалізації в якості центральної в окремій виборчій компанії.

**Теоретичні засади.** Будь яка технологія є елементом мови в широкому смислі цього слова - як засобу, що регулює взаємодію людей. Кожний із партнерів взаємодії має визначену мету, подану в умовах, як задачу. Задача, описана в межах однієї системи знаків (однієї мови), може виявитися нездійсненною. Наприклад, задача - провести виборчу кампанію в муніципальну раду кандидата, що тільки за 4 тижні до дня виборів приймає рішення балотуватися і за 3 тижні запрошує технолога для розв'язання задачі перемоги у виборах. Якщо ми можемо знайти мову (нову систему знаків для смислів і нової системи засобів для комунікації), при перекладі, на яку поставлена задача стає можливою до розв'язання, то це буде саме рефлексивна мова (адже таке визначення рефлексивної мови щодо розв'язання задачі дає російський філософ І.С. Ладенко).

Психологічне забезпечення виборчої кампанії розглянуто нами як прикладне застосування психологічної *теорії груп рефлексії*. (теорія ГР), на засадах якої було розроблено і впроваджено інструмент організації діалогу - Підписання Соціальної Угоди - з метою виконання задачі перемоги в стислий термін, при мінімальному ресурсі часу.

Наведемо *основні вихідні положення теорії груп-рефлексії* щодо мета-когнітивних механізмів спільної творчості, які моделюються в організації діалогу.

Перша максима теорії групової рефлексії полягає у ствердженні, що будь яку задачу, яка підлягає виконанню в навчальній, виробничій чи іншій життєвій ситуації можна намагатися вирішувати творчо. Спроможність до творчості, виробництва нового - це сутнісна здатність людського роду.

---

Відомі суб'єкту способи розв'язання задач приводять його до успішного рішення тоді, якщо застосований спосіб адекватний до ситуації. У ситуаціях динамічних, багатофакторних, багатоскладових і тих, що мають високий ступінь невизначеності, відомі способи розв'язання задачі перетворюються в стереотипи, які не дають бажаного результату, та ще й заважають творчому підходові до ситуації. Відсутність адекватності використаного способу до ситуації, у тому числі, і до чиннику часу даної ситуації, призводить до виникнення ряду негативних емоційних наслідків, які, у свою чергу, починають ще більше перешкоджати творчості. Ми привели опис вихідної емпіричної моделі, у якій групова рефлексія - як переосмислення, створення нового смислу в ситуації, - забезпечує створення нового способу, що регулює дану ситуацію.

Теорія групової рефлексії описує рефлексію як процедуру організації спільної роботи в групі, що знімає атрибуцію невдачі, пов'язану із іншим членом групи, що мобілізує та фокусує інтелектуальні й емоційні зусилля членів групи на пошук творчого виходу, створення нового способу рішення ситуації в напрямку прийнятої цілі.

Аналіз історії створення концепції групової рефлексії - від лабораторних експериментальних досліджень механізмів творчості в групі [1] і взаємодіючих групах [2] до створення методичних основ тренінгу рефлексивних здібностей і комунікативних навичок в організації в критичні періоди її розвитку – не входить до завдань цієї статті, позначимо лише основні напрацювання.

Основна процедура групової рефлексії - рефлексивне коло, у якому відбувається "нарощування" змісту проблеми, або способу (взагалі, предмету, що розглядається груповим суб'єктом). На відміну від мозкового штурму, де критика винесена в окремий етап, у рефлексивному колі критичний аналіз може реалізуватися в попередньому форматі - за допомогою спеціально сформульованих запитань на розуміння. У такому

запитанні (у лексичній формі його побудови) відбитий результат первинного рефлексивного акту - поділу розуміння і ставлення, тобто змісту і позиції. Запитання на розуміння приводять до прояснення змісту перед наступним щаблем його "нарощування" наступним учасником, що виступає у колі. Коло відношення (за підсумками попереднього кола змістовного розвитку) - поєднує зміст і ставлення до змісту.

Для розвитку рефлексивних здібностей і навичок комунікації застосовується стратегія комбінування важкості задач і випереджувальної складності. Складність формулювань постановки задачі повинна бути такою, щоб залишалися незрозумілі моменти, які й активізують інтелектуальні процеси. Дискусія або конфлікт із приводу незрозумілості і занадто великої складності створює передумови для групової динаміки.

В досвіді реалізації груп-рефлексивних технологій в організаційному середовищі (наприклад в формі рефлексивного тренінг-практикуму) правила процедур вводяться в контекст шляхом підписання з кожним учасником Informed Consents (поінформованої згоди [3]), що і стали прообразом Соціальних Угод. Практика підписання поінформованої згоди учасників тренінг-практикумів дозволила виділити іще один із основних принципів зміни процедур і регулятивів: самовизначення учасника, запропоноване партнерам як заявка, що потребує узгодження з іншими партнерами. У мовній формі самовизначень і заявок відбитий другий рефлексивний акт - поділу узгодження і саморегулювання.

Основний висновок, що був результатом багаторічного застосування в тренінгу процедур групової рефлексії, - створення рефлексивно насиченої мови, оснащеної спеціальними мовними формулами в якості інструментів комунікації, робить процес комунікації всіх учасників сфокусованим на змісті, що прискорює і полегшує процес узгодження інтересів партнерів.

Нами зафіксовані рефлексивно-місткі мовні формули для носіїв української та російської мов<sup>2</sup>.

*Технологія оптимізації комунікації в ході виборчої компанії* опрацьована як впровадження теоретичних схем групової рефлексії в сферу створення інструментів оптимізації комунікації в ході виборної кампанії. Створено технологію Підписання Соціальної Угоди як інструменту організації діалогу між агітатором і виборцем. Форма і структура угоди відбивають ідею соціального обміну між представниками громад, окремими співтовариствами.

Структура Соціальної угоди включає декілька розділів, які відповідають формі угоди. Особливість соціальної угоди полягає в тому, що в ній фіксуються інтереси та правила взаємодії між чотирьма сторонами, а саме: кандидатом, виборцем, громадою, радою. Було розроблено два варіанти угоди: персональна і представницька, коли партнером виступала організація (Представницька угода).

Функції, що інструмент угоди може виконувати стосовно цілей компанії, наступні:

- Виділення лідерів (активу) округу, неорганізованих ні в які політичні утворення, притягнення ситуативних партнерів із числа представників, що мають структуровані політичні переваги;
- Організація системи спільної діяльності кандидата, команди, активу округу;
- Реконструкція негативних установок у конструктивного і стихійного опонента в ході діалогу;
- Організація і самоорганізації команди; виявлення опонентів і одержання інформації про відсутні ланки програми, стратегії й іміджу кандидата .

---

<sup>2</sup> Робота над рефлексивно-місткими формулами інших мов, зокрема - англійської та німецької - триває.

Остання функція є принциповою для перетворення агітаційного процесу із одностороннього мобілізаційного впливу в двосторонню рефлексивну взаємодію на основі змістовного зворотного зв'язку.

В Соціальній угоді виборцям пропонується наочна схема етапів взаємодії і відповідальності взаємодіючих сторін. Див. Мал. 1.

**Мал. 1. Етапи взаємодії та взаємовідповідальності сторін**



Схема передбачає формулювання завдань для обох сторін, що укладають угоду:

- Завдання депутатів обґрунтовувати і домагатися затвердження таких проектів
- Завдання виборця розібратися, порівнювати, обирати кращий проект

Динаміку укладання Угод як результативний індикатор організації діалогу між виборцем і агітатором в межах окремої короткотермінової кампанії можна прослідкувати за таблицею 1.

**Таблиця 1. Динаміка підписання Угод як показник результативності роботи агітаторів по днях**

Дата	16	17	18	19	20	21	22	23
Кількість	30	23	25	88	120	133	111	143
Дата		24	25	26	27	28	29	30
Кількість		271	164	308	220	149	469	202

Результати показують значне зростання кількості підписаних Угод. Чинники, що впливають на одержання результату - це проведений психологічний тренінг агітаторів щодо організації рефлексивного діалогу, супервізії їхньої роботи, індивідуальне консультування. Динаміка підписання відбиває динаміку приєднання і зростання довіри до кандидата, що врешті, стало основним чинником перемоги кандидата. Зв'язок можна побачити в таблиці 2.

**Таблиця 2. Порівняння кількості підписаних угод і кількості виборців, що проголосували за кандидата по виборчих дільницях одного виборчого округу міста.**

Всього виборців	Підписано угод	Проголосували за кандидата
22000	2456	4000

**Результати використання Підписання Соціальної Угоди** як інструменту експрес-проведення кампанії розкривають практичні вигоди від груп рефлексивної організації діалогу. Угода зіграла стрижневу роль, навколо якої поєднувалися інші основні акції кампанії.

Так, використання Угоди дозволило організувати команду, налагодити комунікацію з виборцями, як у формі безпосереднього спілкування, так і через ЗМІ (в якості інформаційного прецеденту). Використання Представницької угоди дозволило створити інститут рекомендацій. Угода виконувала функцію індикатора перешкод - дозволяла структуровано фіксувати те, чому люди не згодні підписати угоду, що робило ситуацію підписання додатково інформативною та діагностичною. Дозволяло вести облік усних приєднань (коли люди міркують позитивно, але ще не готові підписувати угоду, тобто вступати у відповідальні стосунки). Інформація, що агітатори передають, як звіт про процес підписання угоди, дозволяє визначити коло тих, хто є потенційним і реальним електоратом даного кандидата.

Із огляду самоаналізу агітаторів Угода створює доступний предмет діяльності для агітації, збільшується їхній авторитет, тому що є "продукт у руках", причому такий, що має більш активну форму, ніж звична програма,

адже розказує про авторитетний проект в сфері фахової компетенції кандидата, спрямований на рішення проблем мешканців (громад мікрорайонів міста).

Угода може бути використана як у звичайному (тривалому) режимі проведення кампанії, так і в екстремальних умовах, виконуючи функцію каталізатора організації команди кандидата. Можливість використовувати Угоду як єдиний інструмент для розв'язання ряду задач виборчої кампанії, дозволяє бути ефективним в умовах, коли звичайно це не дозволяє робити чинник обмеженості часу.

Аналіз виборчих кампаній 2002 року, зокрема, використання різних Угод викликало етичні суперечки, що були висвітлені в ЗМІ, і потребують визначення щодо них власної професійної позиції. Питання суперечки в тому, чи є Угоди спробою контролю, обману виборця, чи вони задовольняють дійсну потребу мати соціальні угоди, що регулюють соціальний обмін в суспільстві.

Основний аргумент проти Угод висувався такий, що депутат повинний представляти інтереси усіх виборців, а не лише тих, хто уклав із ним угоди, тому що він обраний від виборчого округу. А як елемент технології Угода про майбутню підтримку депутата є ні чим іншим як обманом, цілком зайвим актом, що, тільки експлуатує форму, схожу на договір, реально ніякого договору за собою не маючи. Причиною виникнення таких суперечок було використання Угод, не заснованих на рефлексивній концепції організації діалогу, а як елемент маніпулятивного використання конвенційної формату для впливу на виборців.

Ми вважаємо важливим критерієм для аналізу угод визначення того, що саме є *предметом* угоди. Якщо це - послуга із захисту цивільних прав, тоді, дійсно, можна закидати маніпулятивність, адже відсутні критерії того, наскільки і як вона зроблена депутатом, і правомірним є питання чи



повинна вона бути ця послуга надана тільки тим, хто підписав угоду, а не всім громадянам у якості соціальної гарантії суспільства.

У випадку, коли предметом конвенції був соціально-значущий конкретний проект, а предметом обговорення під час підписання - підтвердження соціальної значущості і корисності, вигідності окремих елементів цього проекту для людини, що підписує угоду (тобто, відповідальна оцінка порівняння інтересів), ми вважаємо маніпуляція замінюється на рефлексивну організацію діалогу. Угода стає інструментом задоволення потреби конвенції, визначає позицію виборця і надає інформацію про подальшу процедуру взаємодії сторін електорального процесу (у пісявиборчий період).

Етичність застосування Угоди в межах кампанії залежить, звичайно, і від особистості кандидата, для якого Угода розробляється, як інструмент агітаційної роботи. Важливу роль грають етичні принципи, якими керується кандидат, моральність відносин між командою і кандидатом. Підводячи підсумок міркуванням на етичну тему, варто сказати, що у руках відповідальних за виконання запропонованого проекту людей Угода - моральний інструмент, який задовольняє потребу в поважному ставленні агітатора і кандидата до виборця. Реалізація проекту стає тією мірою, яка підтверджує дійсний статус діалогу з боку кандидата.

Результат півторарічного використання Угод після завершення виборів, у перетвореному статусі суб'єктів від "виборець – кандидат" до "громадянин - депутат", стає двостороннім інструментом задоволення потреби контролю узятих сторонами зобов'язань. Прецеденти приєднання до принадності положень Угоди в громадян, що не підписували її були досить багато чисельними і в якості механізму приєднання мають апеляцію до принципу рівності.

Результати реалізації проекту організації діалогу за допомогою Соціальної Угоди дозволяють зробити наступні висновки:

Груп-рефлексивна організація діалогу, яка використовує в якості інструмента Соціальну угоду, може стати основою ефективної виборчої кампанії при умові відповідної підготовки агітаторів до використання рефлексивних способів взаємодії та коректного формулювання предмету угоди.

Остаточним критерієм груп-рефлексивної організації діалогу є використання угод поза межами закінчення виборчої кампанії як інструментів організації діалогу в новому статусі сторін: перехід від відносин "виборець – кандидат" до стосунків "громадянин – депутат", що відповідає цінностям громадянського суспільства.

Таким чином, груп рефлексивна організація прозорого діалогу між чотирма суб'єктами Угоди (кандидат-депутат, виборець-громадянин, Рада, громада) та забезпечення переходу статусу кандидат - депутат та виборець - громадянин сприяє зростанню якості змісту представницької системи.

#### Література

1. Найденов М.И. Групповая рефлексия в решении творческих задач при различной степени готовности к интеллектуальному труду: Дис. ... канд. психол. наук.- Киев, 1989. - 239 с.
2. Найденова Л.А. Роль групповой рефлексии в развитии творческих способностей учащихся: Дис. ... канд. психол. наук.- Киев, 1993. - 239 с.
3. Naydonova L.A. Using of the informed consent in the psychological practice in Ukraine // International journal of Psychology. Abstracts of the XXVII international congress of psychology. Stockholm, Sweden. 23-28 July 2000. - v. 35, i. 3/4, June-August, 2000. - p. 267

#### Анотація

Аналізується розробка і застосування технології груп-рефлексивної організації діалогу агітатора та виборця в реальній польовій взаємодії. В основу технології укладання Соціальної угоди покладено рефлексивні акти розрізнення розуміння і ставлення, розуміння і узгодження для

забезпечення прозорості не маніпулятивної взаємодії. Угода може стати основою успішної короткотермінової виборчої компанії. Відповідальне узгодження інтересів сторін стає базою подальшої взаємодії депутата і громадян на основі укладених угод.

КС: діалог, групова рефлексія, виборча компанія, угода, конвенційні техніки, етичні проблеми

Анализируется разработка и применение технологии групп-рефлексивной организации диалога агитатора и избирателя в реальном полевым взаимодействии. В основу технологии заключения Социального соглашения положены рефлексивные акты различения понимания и отношения, понимания и согласования для обеспечения прозрачного и неманипулятивного взаимодействия. Соглашение может стать основой успешной краткосрочной избирательной кампании. Ответственное согласование интересов сторон становится базой последующего взаимодействия депутата и гражданина на основе заключенных соглашений.

КС: диалог, групповая рефлексия, избирательная компания, соглашение, конвенциональные техники, этические проблемы

Creation and using of the group-reflective technology of the organization of the agitators'-electors' dialog in field are analyzed. Reflective acts of the understanding-relation and understanding-concordance differentiation are in the base of the Social convention technology (SCT) for providing the transparent and non manipulative interaction. SCT is the base for successful short-term election company. Responsible concordance of the interests is the base of the subsequent interaction of depute and citizen under the SCT.

KW: dialog, group reflection, election company, conventional technical, ethical problem