

ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕГО ЗАВЕРШЕНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ

Г.М. Батракова

Представлен анализ результатов метода имитационно-экспертного моделирования внутренних и внешних факторов восприятия деятельности предприятий Пермского региона, обеспечивающих безопасность завершения жизненного цикла изделий РКТ.

Государственная экологическая политика закрепляет право граждан на получение достоверной информации о состоянии окружающей среды и факторах, изменяющих ее состояние, но позитивная социальная ориентация экологической политики не гарантирует бесконфликтность ее реализации при столкновении интересов различных социальных групп, низкого уровня экологического образования и информирования, изменчивости общественного сознания. Неблагоприятное (как правило, позиций общественного мнения) состояние окружающей среды вызывает не меньшую социальную напряженность, чем экономическая нестабильность, недооценка этого момента ведет к проявлению негативных социально-политических процессов, срыву реализации государственных программ и мероприятий.

К потенциально опасным промышленным объектам, в отношении к которым формируется негативное отношение социума, относятся и промышленные комплексы, обеспечивающие безопасность завершения жизненного цикла ракетно-космической техники (РКТ). Исследования общественного мнения по экологическим аспектам деятельности потенциально опасных промышленных объектов проводятся в нашей стране регулярно. Целевые социологические исследования в 1991 - 2002 гг. по вопросам, связанным с эксплуатацией и ликвидацией изделий РКТ показали, что в общественном сознании преобладают оценки признания оборонно-промышленного комплекса страны главным виновником ухудшения экологической ситуации, этой точки зрения придерживаются примерно 2/3 участников массовых опросов [1-4].

В образе негативного регионального символа экологической опасности часто выступает закрытый промышленный объект (единый комплекс объектов) или «новая» деятельность объекта, которая воспринимается как угроза стабильности региона и жизнедеятельности его населения. Дискуссии о экологической опасности закрытых произ-

водств часто возникают по причинам популизма, оплаченных пиар-компаний и как прием выборных технологий, результатом же является формирование социальной напряженности и недоверия.

Обсуждение локализованных факторов опасности, которые воспринимаются как опасные или интересные, ведут к тому, что население, а вслед за ним государственные органы, судят о ситуации по точкам напряжения проблемы, вынесенной на обсуждение. Примером такого подхода являются форумы по диоксиновой проблеме, росту заболеваемости и смертности населения, проживающего в зоне потенциального влияния промышленных объектов, изменению экологического статуса территорий - привычных мест отдыха.

Согласно взглядам современных исследователей, имидж промышленного объекта формируется под совокупным влиянием мнений внешней и внутренней аудитории. Внутренняя аудитория, включая руководство и работников объекта, как правило, более осведомлена о принципах экологической политики и результатах реализации программ и мероприятий, направленных на предотвращение опасного воздействия на окружающую среду. Как известно, реакция на риск, сопряженный с добровольным участием в деятельности или опасном мероприятии, на три порядка выше, чем при вынужденном риске, в этой связи внутренняя аудитория всегда более адаптивна и характеризуется более низким приемлемым уровнем риска.

Внешняя аудитория, как совокупное мнение населения (часто проживающего вблизи промышленного объекта, имеющего статус градо- или районообразующего предприятия), оценивает уровень опасности, связанного с вероятностью нанесения ущерба, в первую очередь здоровью. Реакция внешней аудитории на экологические проблемы опосредована, то есть вызывается не самой экологической проблемой, а её социальными последствиями и угрозой снижения качества жизни. Кроме того, мнение внешней аудито-

ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕГО ЗАВЕРШЕНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ

рии подвержено стихийному формированию под влиянием большинства и влиянию текущих социально-экономических процессов и изменений экологической ситуации в районе.

Уменьшение доли стихийно формирующегося общественного мнения и увеличение рациональных способов управления общественным сознанием является обязательным элементом экологической политики предприятий. Необходимость развития этих подходов доказана результатами анализа внутренних и внешних факторов восприятия деятельности предприятий Пермского региона, обеспечивающих безопасность завершения жизненного цикла изделий РКТ.

Оценка существующего экологического имиджа выполнена с использованием метода имитационно-экспертного моделирования (тест семантического дифференциала) [5]. Методика определения семантического дифференциала является типовой при изучении особенностей восприятия индивидами определенных объектов внешней среды, воздействующих на сознание человека. Тест эффективен при изучении сформированных представлений и стереотипов, высказываемых основными целевыми аудиториями – внутренней (работники предприятия) и внешней (жители района).

Респондентами выполнена оценка имиджа предприятия по набору из 11 биполярных семичленных шкал, отражающих степень доступности экологической информации об объекте («открытое» - «закрытое», «честное» - «нечестное»), материально-технический уровень производства («современное» - «несовременное», «сильное» - «слабое»), экологичность и аварийность («чистое» - «грязное», «безопасное» - «опасное», «заботящееся» - «незаботящееся»), экономическую стабильность и региональную значимость («стабильное» - «нестабильное», «богатое» - «бедное», «нужное» - «ненужное»). Последняя пара «зеленое - серое» проверяла гипотезу отождествления респондентами зеленого цвета как экологически благоприятного, и, как следствие, восприятие промышленного объекта как экологически благополучного или неблагополучного. На каждой шкале значению «7» соответствовала позитивная характеристика, значению «1» - негативная.

По результатам опросов ограниченной выборки внутренней аудитории (работники промышленного объекта) и внешней аудитории (жители района) построены характерологические профили, представленные на рис. 1.

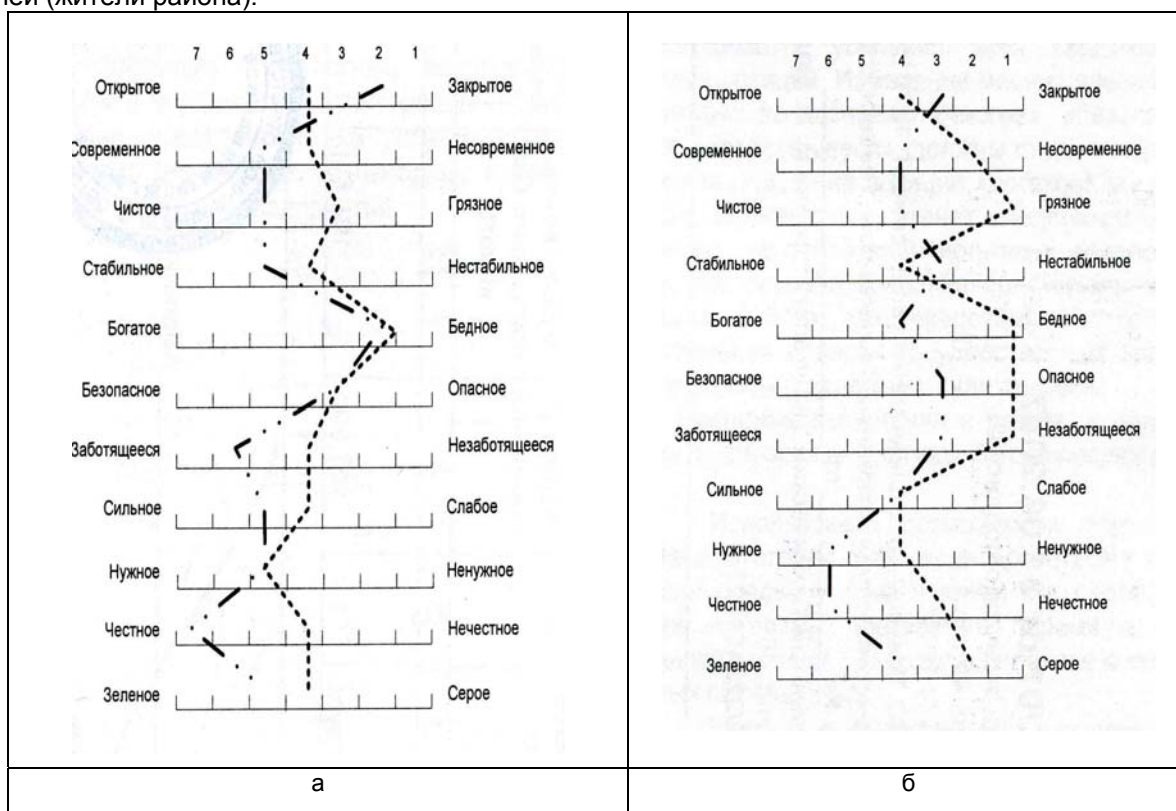


Рис. 1. Характерологические профили восприятия экологической политики по мнению внутренней: а) и внешней (б) аудитории: ----- женщины; — - мужчины

Мнение мужчин и женщин-работников предприятия в большинстве случаев совпадает, но поляризовано по параметрам опроса «чистое - грязное», «заботящееся - незаботящееся», «честное - нечестное». Мужчины, во всех случаях, более позитивно оценивали предприятие по предложенным характеристикам. Практически полное совпадение мнений отмечено по характеристикам: «бедное», «опасное» и «нужное». Меньше всего в сознании работников предприятия ассоциируется как «ненужное» и «нечестное».

По мнению внешней аудитории, преобладает негативная оценка экологической политики предприятия, что говорит о ее низкой эффективности и практическом отсутствии. Мнение мужчин и женщин различно по характеристикам «современное - несовременное», «грязное - чистое», «опасное - безопасное», «нужное - ненужное», «честное - нечестное», отмечена согласованность мнений при оценке «слабого - сильного». Как и работники предприятия, мужчины более позитивны в своих оценках.

Сравнивая усредненные характерологические профили двух составляющих экологического имиджа, отмечено, что ни одно из мнений к настоящему времени не является сформированным и целостным. Наложение внешнего и внутреннего характерологических профилей, представленное на рис. 2, использовано для выявления выгодных и проигрышных позиций предприятия.



Рис. 2. Наложение характерологического профиля внутренней и внешней аудитории — жители Кировского района; — работники ФГУЦ «НИИПМ»

В большинстве случаев мнение внутренней и внешней аудитории ограничивается диапазоном 3 - 5 балла, что отражает затруднение респондентов в выборе характеристик и характеризует определенный уровень безразличия и недоверия к изменению ситуации по теме исследований.

Сложившаяся ситуация, на наш взгляд, объясняется высокой озабоченностью населения экологическими проблемами и низкой информированностью по экологическим вопросам.

Объективной причиной негативного общественного мнения о деятельности предприятий, обеспечивающих завершения жизненного цикла РКТ, является то, что в силу особого статуса информации исключаются сведения по объему планируемых работ, выносимая на обсуждение информация часто не содержит анализа данных по видам и факторам воздействия, экологическим последствиям и аварийному риску, отсутствуют качественные и количественные характеристики эмиссий загрязняющих веществ в составе атмосферных выбросов и сточных вод, не приводятся оценки по количеству образования отходов и их опасности для окружающей среды.

Результаты имитационно-экспертного моделирования позволили сделать вывод о необходимости усиления всех характеризующих позиций. Изменение мнения внешней аудитории по позициям «чистое», «безопасное» и «заботящееся», должны стать приоритетными. Усиление позиций «богатое» и «зеленое», скорее всего, станет следствием изменения экологической политики предприятий, как способа создания положительного имиджа у всех заинтересованных сторон, обеспечения доверия государственных органов и работы с целевыми аудиториями.

Принципы выделения и работы с целевыми аудиториями должны быть следующими:

- Использовать возможности определенных категорий легко адаптироваться к условиям среды, с наименьшими психологическими потерями переживать перемены, в меньшей степени подвергаться панике в кризисных ситуациях.

- Учитывая тесный контакт внутренней и внешней аудитории (предприятие является районообразующим, следовательно, большая часть общественности напрямую контактирует с персоналом предприятий), поэтому в зависимости от сложившихся представлений

ОЦЕНКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ИМИДЖА ПРЕДПРИЯТИЯ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩЕГО ЗАВЕРШЕНИЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА РАКЕТНО-КОСМИЧЕСКОЙ ТЕХНИКИ

распространяет положительную или негативную информацию.

- Целенаправленная и постоянная работа должна проводиться с учетом особенностей восприятия информации каждой целевой аудиторией.

Формирование приемлемой оценки экологического риска и благоприятного экологического имиджа, основано на информационном взаимодействии и применении обратной связи для контроля эффективности предлагаемых организационно-технических решений. Взвешенное и доступное изложение целей и задач, анализ последствий отказа от намечаемой деятельности уменьшит социальную напряженность, облегчит управление экологической ситуацией, позволит привлечь общественность на сторону позитивных решений.

ЛИТЕРАТУРА

1. Высокотехнологический комплекс и безопасность России. Проблемы обеспечения безопасности оборонно-промышленного комплекса России / Под ред. В.Л. Макарова, Б.Н. Кузыка - М. - 2-е изд. - М.:ИНЭС, 2005. - 448 с.
2. Рукавишников В.О. Рационально ли общественное мнение по вопросам экологии // Социологические исследования. - 1994. - №2.
3. Сосунова И.А. Социально-экологическая ситуация в регионах России // Россия: центр и регионы. - 1998. - № 3.
4. Сосунова И.А., Мамонов Н.Е. Аэрокосмический комплекс и общественное мнение (социально-экологический аспект) // Безопасность Евразии. Журнал высоких гуманитарных технологий. - 2001. - №3 - С.495 - 500.
5. Синкевич З.В. Социологические исследования: практ. руководство. - СПб, 2005 - 320 с.