государства» (поддержка 41% от всего количества опрошенных) и, с другой, «равноправное участие населения в управлении государством, свободные и честные выборы» (поддержка 42%). Разумеется, первая ценность является более значимой для людей с консервативными взглядами – прежде всего, пенсионеров (65%). Но за активное вовлечение граждан в государственную жизнь высказываются как люди с высшим образованием и средним и высоким уровнем дохода – руководители и служащие (50% и 49% соответственно), понимающие всю необходимость формирования в стране гражданского общества и контроля над органами власти, так и рабочие, утратившие веру в эффективность строгой иерархизации вертикали власти (48%). Подобное осознание средним классом своей роли в политической жизни государства исключительно важно, ведь именно он и сможет стать носителем цивилизованной гражданственности. Преодоление патерналистских тенденций в обществе должно происходить постепенно, поскольку население нашей страны еще не привыкло к традиционным западным методам отстаивания собственных прав и свобод, но люди с высшим образованием и рабочая интеллигенция в роли проводников между властью и народными массами смогут послужить их прививанию. Именно на это, на мой взгляд, должно ориентироваться российское государство и общество на данном этапе своего развития при решении наиболее острых проблем.

Асанова Е. Н.,
г. Пермь

ПРОТИВОРЕЧИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ ПРОФСОЮЗНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ИМИДЖА ПРОФСОЮЗОВ

Профсоюзы являются необходимым институтом любого демократического общества. В условиях рыночной экономики они особенно нужны, так как на рынок труда выносится специфический товар – рабочая сила, а профсоюзные организации призваны защищать права наемных работников, отстаивать их интересы.

На настоящий момент главное противоречие состоит в том, что изменения, происходящие внутри самих профсоюзов, отстают по темпам от динамики перемен в обществе. Это связано с тем, что профсоюзы осуществляют свою деятельность по системе еще советского времени, то есть придерживаются сложившихся стереотипов, традиций, которые утратили свою социальную ценность в обществе.

Исходя из этого, заметим, что такие социальные организации, как профсоюз, нуждаются в создании привлекательного имиджа, способного вызывать симпатию и желание быть сопричастным к деятельности данной организации.

Особенно актуальным это является в настоящее время, когда наблюдается тенденция сокращения численности членов профсоюзов. Как отмечают исследователи, данный процесс выступает в качестве основной причины организационного, финансового и кадрового ослабления территориальных организаций профсоюзов, снижения эффективности их деятельности [6, с. 5]. По мнению секретаря ФНПР А. В Шершукова, отчасти это является следствием «сохранения действующих идеологии, политики, их векторов сокращения членства в течение ближайших пяти-семи лет, которое может достигнуть размеров, угрожающих существованию любого профсоюзного объединения» [7, с. 36] .

Затронув понятие имидж, необходимо рассмотреть его более подробно. В социологическом словаре мы можем найти следующее определение: «Имидж – это целенаправленно сформированный образ (какого-либо лица, фирмы, товара) выделяющий определенные ценностные характеристики, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие в целях

популяризации, рекламы. Имидж – (от английского image - образ, представление). 1. Внешний образ, создаваемый субъектом, с целью вызвать определенное впечатление, мнение, отношение у других. 2. Совокупность свойств, приписываемых рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией и так далее, объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему» [10].

Таким образом, с точки зрения социологии, имидж организации, социальной или профессиональной группы, а также имидж их программ, целей, планов, намерений и так далее, влияют на качество выполнения организациями, коллективами, целевыми группами своих функций, на сколько имидж воздействует на статус того или иного социального объекта[1, с. 188].

Имидж может быть как внутренним, так и внешним. Внутренний имидж организации – это представления, характеристика профсоюза, складывающиеся у представителей данной социальной организации. Соответственно, внешний имидж это то, как видят профсоюз другие социальные группы, не включенные в него группы, а также отдельные индивиды.

И внутренний имидж, и внешний являются значимыми для профсоюзной организации, так как каждый из них направлен на определенную категорию лиц (работники предприятия) нашего еще формирующегося гражданского общества. Но далее мы будем рассматривать внутренний имидж, так как он для нас является наиболее важным, и именно на нем следует делать акцент при разработке рекомендаций. Внутренний имидж нам важен потому, что именно сама социальная структура организации является главным звеном, основным корнем в дереве имиджевой структуры, цели, задачи которой выступают основными/главными мотиваторами как для профсоюзных членов, так и для работников предприятия. И уже из этого последовательно вытекает имидж профсоюза для работников того или иного предприятия: на основании

полученной информации о социальной деятельности профсоюза у работников формируется представление о данной социальной организации. Далее это способствует установлению контакта, налаживанию связей и осуществлению непосредственного процесса взаимодействия.

Как мы уже заметили, имидж организации влияет на качество работы профсоюзных лидеров, но в тоже время нельзя назвать данный процесс односторонним, так как в свою очередь правильность и четкость, выполняемых функций способны сформировать позитивное представление о профсоюзе. В настоящее время мы можем заметить ряд противоречий, связанных с основными функциями данного социального института.

Во-первых, «профсоюзы как представители наемных работников призваны осуществлять контроль за соблюдением в области труда, его условий и оплаты, организовывать согласованные действия, направленные на защиту трудовых прав людей» [4, с. 33]. Обозначенная функция осуществляется, но возникают такие моменты, когда социальная организация оказывается неспособной отстоять права работника. Это происходит потому, что работники либо не обращаются за помощью в профсоюзную организацию, либо сама организация оказывается некомпетентной в решении таких вопросов из-за нехватки кадров, низкой компетентности профсоюзных членов. Кроме того, «с переходом на рыночные принципы хозяйствования трудовые отношения стали более жесткими, а возможности профсоюзов влиять на положение наемных работников существенно уменьшилось» [4, с. 33].

Во-вторых, функция организации социальной работы. На предприятиях существуют и продолжают жить традиции, связанные с проведением различных массовых мероприятий посвященных спортивному отдыху, конкурсам профмастрества и тому подобное. Но противоречие видится тут в том, что администрация предприятия, являясь заинтересованным лицом в поддержании и формировании коллективного духа у работников, не выделяет необходимого количества средств на подобную культурно-

массовую деятельность, а в некоторых случаях активно противостоит деятельности профсоюзов. Работники, в свою очередь, проявляют низкую степень заинтересованности, как в участии, так и в организации данного вида социального взаимодействия.

В-третьих, рассматривая функцию, заключающуюся в оказании профсоюзами поддержки администрации в решении экономических и социальных задач, мы можем заметить следующее: администрация не заинтересована в участии профсоюза в решении вопросов, связанных, в первую очередь, с экономическими задачами или же содействие профсоюзам является чисто формальным моментом с целью создания мнимого образа их действенности, активности в решении социальных задач.

В-четвертых, контроль за деятельностью администрации по расходованию средств на социальные цели осуществляется, но нет рычагов управления, которые могли бы регулировать оттоки в «левые» русла, не относящиеся к целевым. «Наши профсоюзы только на некоторых предприятиях (на заводе Ford во Всеволожске, например) достаточно сильны, чтобы отстаивать свою позицию. Но их инструмент не закон, а только поддержка рабочих завода, - говорит Михаил Жуков, гендиректор компании HeadHunter» [9].

В-пятых, функция оказания материальной и моральной помощи нуждающимся. Названная функция выполняется не в полной мере, и опять же из-за некомпетентности членов профсоюза в оказании психологической помощи по тому или иному вопросу, а также помощи в решении юридических вопросах. И недостаточное количество располагаемых финансов приводит к тому, что профсоюзы вынуждены «выбирать» наиболее нуждающихся в материальном пособии, помощи, при этом обделяя других и тем самым показывая свою несостоятельность в разрешении возникающих противоречий.

Таким образом, в социальной деятельности профсоюза как социального института существуют серьезные затруднения. Все вышеизложенные

противоречия отображают неблагоприятное состояние данной организации, которая находится на перепутье: она может либо исчезнуть как рудимент, пережиток общества, либо выйти на новую стадию своего развития. Подобное положение неблагоприятным образом сказывается на имидже профсоюзов. В связи с этим требуется обозначить ряд путей и методов, нацеленных на решение существующих в функционировании профсоюзов проблем, которые в свою очередь будут способствовать формированию социально-привлекательного имиджа рассматриваемых социальных организаций.

Исследователь В. Ракоти считает, что профсоюзы должны перейти на договорные отношения с каждым работником, а затем и с работодателем. Свою точку зрения он обосновывает тем, что «только заключение личных договоров с каждым работником позволяет определить конкретно перечень и объем интересов трудящихся, представление которых берут на себя профсоюзы» [4, с. 34]. Также его позиция в перспективе подразумевает возможность проникновения профсоюзов «на кухню управления производством» [4, с. 34].

Профсоюзные организации должны стать социально мобильными. По мнению Шкаратана О. И., социальная мобильность – это «форма латентного процесса воспроизводства социальных отношений и индивидов. Это воспроизводство отражает как действие универсальных законов социального развития, так и специфические черты развития конкретных социальных организмов (государств, регионов), национальные традиции, выраженные в ценностях и нормах межгрупповых взаимодействий и связей» [8, с. 7]. «Ключевым признаком динамики социальных отношений и их проявления в социальной карьерной мобильности служит реализация в информационном обществе принципа продвижения по критерию меритократизма» [8, с. 7]. Под меритократическим принципом понимается социальная селекция по креативному критерию, на первый план выходит «интеллектуальный капитал индивидов и групп» [8, с. 8]. В нашем случае для профсоюзных организаций

данный принцип можно рассматривать как способ отбора и формирования таких членов профсоюза, которые были бы способны адекватно реагировать на происходящие изменения и принимать правильные решения. Этого можно добиться путем:

обучения профактивистов; проведения различных обучающих тренингов, курсов, направленных на формирование не только лидерских качеств личности, но и на расширение кругозора в сферах социальной психологии, юриспруденции, государственного и муниципального управления, социальной работы; а также на формирование коллективного духа, командной поддержки. Только в условиях взаимопонимания, взаимопомощи будут выстраиваться доверительные отношения как внутри самой организации, так и за ее пределами, то есть будет создан социально-привлекательный и социально-желательный имидж, который приведет к возникновению стимула, мотиватора для не включенных в социальную группу (профсоюз) работников, которые в перспективе, возможно, пожелают вступить в профсоюзную организацию и перенять на себя новую социальную роль в качестве профактивиста, активного «борца» за свои права и права других трудящихся.

Важно отметить, что требуют глубокой проработки миссия и стратегия профсоюза, поскольку именно они представляют на рынке полноценную картину деятельности и предназначения социальной организации, защищающей и отстаивающей права многих россиян и, в конечном счете, определяют концепцию формирования основных составляющих ее имиджа.

Не меньшее значение имеет и идеология профсоюзов, так как она то и является важным элементом имиджа. «Профсоюзы должны снова стать идеологической организацией» - говорит А. В. Шершуков [7, с. 37]. Он обосновывает свое мнение тем, что «идеология содержит ясные и понятные всем – снизу до верху цели профсоюзной деятельности», а «возвращение идеологии на главное, приоритетное место в профсоюзной работе, несомненно, вызовет рост активности в профсоюзной среде» [7, с. 38]. Это не

говорит о том, что в настоящее время у профсоюзных организаций нет идеологии. Скорее, это является следствием того, что закрепленность в тех или иных документах четких позиций по профсоюзной работе и реальная социальная практика профсоюзов находятся в противоречии друг с другом, то есть происходит расхождение теории и практики. Поэтому «прежде, чем договариваться о чем-либо с партнерами по социальному диалогу, профсоюзам необходимо четко сформулировать свою позицию» [5, с. 11]. В настоящее же время наблюдается ситуация ограниченности организационных и финансовых ресурсов, нескоординированность действий и рассогласованность интересов разных уровней профсоюзной структуры, отсутствие перспективного планирования.

«Эффективными могли бы быть совместные действия по работе с учащимися и студентами, которые в период учебы относятся к профсоюзу работников народного образования, являясь потенциальной членской базой других отраслевых профсоюзов» [2, с. 66].

Можно сделать вывод, что, несмотря на всем известную рекламную фразу «имидж ничто…», мы с уверенностью говорим, что имидж имеет значительную роль и находится далеко не на последнем месте в создании целостной структуры социальной организации, а также ее адекватной реакции на происходящие экономические, политические, социальные и другие изменения, которые захватывают все сферы жизнедеятельности индивидов и оказывают огромное влияние на жизнь общества в целом. Так, «работники и профсоюзы как выразители их интересов должны быть уверены, что в случае ликвидации действительно неэффективных производств, работники смогут найти новые рабочие места с достойными условиями труда и достойной его оплатой» [5, с. 10].

Главная задача профсоюзов сегодня заключается, в том, чтобы «добиться от власти признания первичности социальных критериев эффективности преобразований» [5, с. 10], которые происходят и еще

намечены на перспективу в развитии страны и формировании демократических отношений в обществе.

Литература

1. Башмаков В. И. и Санатулов Ш. З., Профсоюзы современной России. Социологический аспект: М, – 2007.
2. Профсоюзное пространство современной России/ В. Борисова, С. Кларка. М.: ИСИТО. 2001г.
3. Отзыв на книгу. Олимпиева И. Б. Профсоюзы на предприятиях современной России: возможности ребрендинга/Под ред. И. М. Козиной. ж-л Социс, №9, 2010 г.
4. Ракоти В. Перестройка профсоюзной работы на основе заключения личных договоров с трудящимимся// Человек и труд. – 2009 г. - №1.
5. Садовая Е. С. Роль и место профсоюзов в модернизации России//Труд и социальные отношения. – 2010г. - №4.
6. Фролова Т. Л. Проблемы, особенности и тенденции развития организационной структуры профсоюзов системы ФНПР//Труд и социальные отношения. - 2010 г. - №5.
7. Шершуков А. В. Российские профсоюзы: проблемно-ориентированный подход// Труд и социальные отношения. - 2010 г. - №8.
8. Шкаратан О. И. Ожидания и реальность. Социальная мобильность в контексте проблемы равенства шансов//Общественные науки и современность. - 2011 г. - №1.
9. Российская Бизнес-газета №746 (13) 20.04.2010
10. http://www.slovarus.ru/?di=5285&PHPSESSID=knik8qed9h903e2oq2n2ri3d83