Автор: admin
06.11.2010 21:54 - Обновлено 06.11.2010 22:51

PR-стратегия для соционики

Эта работа была написана в качестве учебной 2,5 года назад и неблагополучно забыта. По прошествии данного промежутка времени она была извлечена и подвергнута удивлению, сравнению с реальностью на предмет направления развития соционики, и с учетом этих результатов – изменениям и дополнениям.

Теоретическую часть и объяснения, что такое PR-стратегия, мы здесь опустим – желающие могут прочесть примерно то же самое в самом начале любого учебника по PR.

Перейдем сразу к практической части. Итак,

постановка проблемы

Соционика – типология личности, базирующаяся на работах К.-Г.Юнга и А.Аугустинавичуте. В основе соционики – теория информационного метаболизма. Существуют 16 типов восприятия и обработки информации психикой человека, т.е. 16 соционических типов. Тип информационного метаболизма оказывает влияние на характер человека, на его взаимодействие с другими людьми, способности, выбор сферы реализации и т.п. Соционический тип выявляется в раннем детстве и неизменен в течение всей жизни.

Соционика применима во многих сферах деятельности – везде, где имеет значение человеческий и личностный фактор.

К настоящему моменту издано некоторое (довольно большое) количество книг по соционике; много информации находится также в интернете. Существуют очные школы соционики, где можно получить соответствующие знания. Однако между различными школами, направлениями и исследовательскими группами, а также между авторами выпущенных книг имеется очень много несогласий и противоречий.

Соционика достаточно широко известна, но отношение к ней в большинстве случаев не

позитивное. Большинство слышавших что-либо о соционике считают ее «лженаукой» и ставят в один ряд с астрологией, эзотерикой или популярными, но не имеющими большого значения психологическими методиками. Впервые услышав о соционических типах, человек, как правило, заинтересовывается, однако в дальнейшем теряет интерес («ну я такой-то тип, и что из этого?»)

Профессиональные психологи в лучшем случае ставят соционику в один ряд с множеством других психологических типологий, в худшем – считают, опять-таки, «лженаукой».

В данной работе сосредоточимся на тех необходимых для развития соционики условиях, которые достижимы средствами паблик рилейшенз. Это в первую очередь работа с обществом, т.е. формирование благоприятного общественного мнения.

Цель

Поднять статус соционики как науки; изменить отношение общественности к ней на более положительное, ставящее ее в один ряд с другими научными дисциплинами и разделами психологии.

Задачи

Необходимо разделить «любительское» увлечение соционикой (популярные книги, клубы, интернет-форумы и т.д.) и профессиональную соционику; поднять статус профессиональных консультантов-соционников и научно-исследовательских работников. Прояснить тот факт, что соционическая наука не имеет отношения как к «любительским» диагнозам, так и к консультантам-непрофессионалам.

Донести до общественности (и до самих соционников – представителей различных школ) идею о том, что разногласия между соционическими школами – признак развития науки, а не ее несерьезности.

Распространять информацию об успешном применении соционических технологий а) в бизнесе, б) в психологическом консультировании и медицине; в) в обучении; г) в индивидуальном, личном развитии.

Аудитория

1. Специалисты, в чьи профессиональные обязанности входит умение разбираться в людях, находить к ним индивидуальный подход, определять умения и способности, организовывать обучение. Это педагоги, кадровые работники, специалисты по связям с общественностью, работники брачных агентств и т.д. Эта категория – потенциальные специалисты-соционики.

2. Психологи – представители «официально признанных» психологических школ.

3. Категории людей, которым в силу возраста (старшие подростки, студенты), жизненных обстоятельств (смена профессии, места работы) или внутренних психологических проблем (трудности в самореализации, проблемы в отношениях) нужна информация о самих себе, своих способностях, истинных потребностях и т.п. Эта категория – потенциальные клиенты специалистов-соционников.

4. Соционики-профессионалы. Т.е. задачи, которые необходимо решить для достижения заявленной цели, предполагают работу не только с «внешней» общественностью, но и с «внутренней». С одной стороны, изменение мнения о соционике должно начинаться «изнутри». С другой стороны, чтобы вся программа «заработала», нужно, чтобы соционическое движение так или иначе разделяло ее цели, и, следовательно, способствовало ее осуществлению.

Мероприятия

1. Взаимоотношения с прессой

В данный момент соционика лучше всего представлена в интернет-СМИ: сайты, информационные рассылки. Издается также 4 бумажных журнала: «Соционика, ментология и психология личности» (издатель – Международный институт соционики, периодичность – 6 номеров в год, рассчитан на специалистов в области соционики), «Психология, соционика и межличностые отношения» (издатель – МИС, периодичность – 12 номеров в год, рассчитан на психологов и соционников), «Менеджмент и кадры» (издатель – МИС, периодичность – 12 номеров в год, рассчитан на кадровиков), «Журнал Научного соционического общества» (издатель – Научное соционическое

общество, периодичность – 4 номера в год, рассчитан на соционников-любителей и интересующихся).

Необходимо распространять эти журналы среди психологов и представителей тех специальностей, где соционика может практически использоваться. Необходимо также публиковать материалы на соционическую тематику в других изданиях.

Публикации в специализированной прессе:

– деловые, экономические, бизнес-издания: подбор и расстановка кадров с помощью соционики, успешное консультирование крупных предприятий;

– профессиональные психологические издания: публикация исследований на стыке соционики и официальной психологии. Эти работы должны быть грамотными не только с т.зр. соционической парадигмы, но и с т.зр. академической психологии;

– специализированные педагогические СМИ: использование соционики в оптимизации учебного процесса;

– медицинские и пр. специализированные издания: успешное применение соционических технологий.

Публикации в научно-популярных (в т.ч. психологических) и образовательных СМИ:

– соционика как психологическая технология, с акцентом на сложность теории, серьезность обучения и необходимую высокую квалификацию практикующих специалистов.

Распространять информацию об обучении соционике, а также конференциях, семинарах и т.п. официальных мероприятиях, подчеркивать их статус и научную значимость.

2. Организация событий

На данный момент регулярно собираются только две соционические конференции: в Киеве (организатор – Международный институт соционики, периодичность – 1 раз в год, продолжительность – 7 дней, тематика – все, что имеет хоть какое-нибудь отношение к соционике) и Москве (организатор – Научное соционическое общество, периодичность – 1 раз в год, продолжительность – 1-2 дня, тематика – теория и практика соционики и смежных дисциплин).

Также некоторыми известными специалистами-социониками проводятся выездные обучающие семинары.

Необходимо более активное проведение конференций, семинаров, «круглых столов» по соционике. Привлекать к этим мероприятиям специалистов по смежным дисциплинам.

Более активно организовывать семинары в различных городах, «продвигать» авторские, специализированные соционические программы («этическая соционика», соционика в бизнесе, личное развитие и т.п.)

3. Соционические центры

Сейчас найти единомышленников, интересующихся соционикой (клуб, школа), легко можно только в Москве, Киеве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и некоторых (немногих) других городах России.

Нужно организовывать соционические клубы, школы, «тусовки» в разных городах – т.е.

не только консультирование и собственно соционическая практика, но и общение. Это некие «ворота», через которые люди могут заинтересоваться соционикой и получить о ней достоверную информацию.

4. Обучение

На данный момент существует некоторое количество сайтов, где можно получить информацию об обучающих программах либо о консультативных услугах. Единственная обучающая программа, которая предполагает сдачу экзамена и получение сертификата – «Бакалаврский минимум» от Научного соционического общества. Помимо нее, существует несколько соционических центров (конкурирующих), преимущественно в Москве (а также в Киеве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге), которые ориентированы на обучение практической соционике (решение личных проблем учеников).

В некоторых вузах и средних школах соционика включается в учебную программу (вследствие заинтересованности и энтузиазма преподавателей), но пока еще таких учебных заведений мало.

Нужно выделить обучающие соционические программы (курсы, школы) высокого профессионального уровня. Рекламировать их, делая акцент на официальном признании их серьезности и научности (сертифицирование, дипломы и т.п.)

Интегрировать соционику в обучающие программы сертифицированных вузов – в различные дисциплины (педагогика, кадровый менеджмент, социальная психология, психологическое консультирование и др.) либо факультативно.

5. Система внешних атрибутов

Необходимо подчеркивать высокий статус практикующих соционикoв-консультантов, особенно наиболее известных, в т.ч. с помощью внешних атрибутов.

Сейчас система сертификации соционикoв только начинает развиваться. Существуют следующие «научные звания» (в кавычках, потому что официально специальности «соционика» не существует):

– «доктор философии в области соционики» (степень полуофициальная, не имеющая отношения к ВАК; нечто среднее между магистром и кандидатом наук; выдается Международным институтом соционики на основании решения ученого совета; для получения степени необходимо иметь ряд публикаций);

– «бакалавр соционики» (степень неофициальная, выдается Научным соционическим обществом по факту сдачи экзамена по установленной программе).

Также в систему оценки уровня знаний специалиста по соционике входит звание магистра (выдается МИС и НСО).

Поскольку официально (в перечне кодов классификатора специальностей) такой дисциплины, как соционика, нет, необходимо, чтобы практикующие соционики имели образование по специальности «психология» (варианты – «социология», «экономика и управление» и т.п.). Предполагается, что это базовое образование соответствует общему направлению консультирования (психологическое, кадровое, бизнес-консультирование и т.п.)

Необходимо распространять информацию об атрибутах специалиста-соционика, и о том, какой уровень знаний они отражают. Любой желающий (например, клиент) должен знать, что существует информация, подтверждающая (или не подтверждающая) статус практикующего консультанта (документы об обучении, сертификаты, лицензии, публикации и пр.).

6. Профессионально-этический кодекс

Необходимо разработать «Профессионально-этический кодекс практикующего соционика».

Распространять положения этого кодекса среди обучающихся соционике и тех, кто только знакомится с этой наукой (популярная литература, публикации).

Подчеркивать тот факт, что профессиональные соционики придерживаются правил кодекса.

Придерживаться правил кодекса.

7. Ассоциация соционников

При всем разнообразии соционических теорий и школ единой ассоциации, которая объединяла бы соционников по профессиональному (цеховому) принципу, в данный момент не существует. Соционические школы конкурируют между собой и готовы объявить всех остальных «лжесоционниками». Научное соционическое общество, имея такую цель – объединение представителей различных соционических школ и направлений – в данный момент находится еще очень далеко от ее осуществления.

Необходимо осознание нужности такого объединения – при всей существующей конкуренции и несовпадении точек зрения – и его осуществление.

Сроки и критерии оценки результатов

Сроки реализации пунктов программы различны. Пункты 5 и 6 выполняются в течение года, пункты 3, 4 и 7 – в течение 3-5 лет.

Оценивать предварительные результаты работы программы имеет смысл через год после начала работы по следующей методике.

1. Исследование отношения к соционике среди: а) специалистов (п.1 раздела

«Аудитория»); б) академических психологов (п.2 раздела «Аудитория»); в) неспециалистов, которые могли «что-то слышать» о соционике.

2. Оценивается активность работы соционических школ и курсов – увеличение/уменьшение количества заявок на обучение, а также увеличение/уменьшение спроса на услуги практикующих соционников-консультантов.

Окончательная оценка результатов производится через три года, когда к п. 5 и 6 «Мероприятий» добавляются п. 3, 4, 7.

Работа по пунктам 1 и 2 должна продолжаться постоянно.

Заключение

Я отдаю себе отчет, что такая программа вряд ли будет воспринята как руководство к немедленным действиям. В первую очередь потому, что для такого количества действий нужно соответствующее количество материальной поддержки, а это – тема для написания другой стратегии ;)))

Однако я полагаю, что в качестве пищи для размышлений вышеописанный текст вполне съедобен.

И еще. Пусть у соционического движения пока нет всего того, что ему не хватает :) Но если судить по развитию этого самого движения – у него есть вполне перспективное направление. Считайте меня Дон Кихотом :))) , но возможности хоть немного в индивидуальном порядке поучаствовать в выполнении этой или подобной стратегии есть у каждого из нас. И по мере сил эти возможности предлагается прикладывать к реальности :)

2007

Автор - Вера Борисова

Источник