

ОЖИДАНИЯ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В ОТНОШЕНИИ ЛИЧНОСТНЫХ КАЧЕСТВ МЕДИАТОРА (ГЕНДЕРНЫЕ АСПЕКТЫ)

Актуальность настоящего исследования определяется как практическими соображениями, так и собственно научно-исследовательскими. Современная медиация хотя и укореняющийся в обществе альтернативный, но в то же время достаточно новый способ разрешения споров. В этой связи существует необходимость понимания не только утилитарных ожиданий потенциальных потребителей, но и их ожиданий от личности медиатора. Это весьма существенный аспект любого сотрудничества в коммуникативной сфере, а тем более при разрешении споров [2–4].

Известно, что ожидания способны существенно влиять не только на обращаемость людей за той или иной услугой, что важно с точки зрения ее востребованности, но и на то, как люди, обратившиеся за этой услугой, ведут себя при разрешении спора. Хорошо известно, что негативные установки, даже имея крайне субъективную и предвзятую природу, способны разрушительно влиять на попытки договориться и прийти к соглашениям. Но также верно и обратное – положительные установки способны облегчать формирование соглашений и скорее налаживать партнерство, эти феномены хорошо известны [6]. В этой связи знание ожиданий потребителя от медиатора в личностном плане может служить хорошим ориентиром для взаимодействия медиатора со сторонами в каждом конкретном случае, а также для распространения медиативной практики в целом. Понимание такого рода установок способно помочь в формировании как доверия, так и многих иных аспектов взаимодействия всех сторон, участвующих в процедуре медиации.

В то же время необходимо отметить и тот факт, что ожидания разных людей могут существенно образом отличаться, и это требует от

медиатора проявления гибкости в установлении отношений. Однако существование определенных ориентиров, которыми медиатор может руководствоваться еще до начала взаимодействия, может оказаться значимым подспорьем.

Известно, что между людьми существуют гендерные отличия в ситуациях конфликта, установления партнерства и доверия. Так, в условиях стресса мужчины в большей степени склонны проявлять физическую агрессию, что не может не сказываться и на способах совладающего поведения, и на их способности к урегулированию споров [5]. Так, проявление одного из важных качеств, необходимых для успешного урегулирования споров, – способности к прощению – во многом бывает затруднено и у мужчин, и у женщин в связи с разным проживанием ими чувств обиды, вины и наличием скрытых мотиваций прощающего поведения [2]. Известно также и то, что у мужчин, в отличие от женщин, чаще присутствуют установки на конкурирующее поведение, что требует своего подхода в части урегулирования спора [3]. Мотивы поведения, эмоциональные реакции и намерения у мужчин и женщин могут иметь критически важное для урегулирования спора значение [4].

Цель исследования – определить наиболее существенные ожидания в отношении личностных качеств медиатора у потенциальных пользователей процедуры медиации в зависимости от пола потенциальных потребителей.

Исследование проведено в соответствии с принципами этики проведения исследований на людях и осуществлялось анонимно, на основе информированного согласия участников.

В выборку включались потенциальные пользователи услуги медиации, не являющиеся медиаторами. Всего в исследовании принял

участие 51 человек.

Критерии включения в исследование: возраст от 18 до 60 лет, психическое здоровье, наличие семейно-бытовых отношений, занятость в производственной и социальной сфере. Достаточная численность группы.

Критерии исключения из исследования: возраст младше 18 лет или старше 60 лет, психическое неблагополучие, отсутствие семейного опыта и занятости в социальной и производственной сферах.

Методы и структура исследования: исследование осуществлялось по бланкам-опросникам. В опроснике было три вопроса, на каждый из которых испытуемые могли дать до семи любых ответов (указать до семи любых качеств).

Вопросы опросника.

1. Если бы у Вас был семейный спор, и Вы решили его урегулировать с помощью третьей стороны, какими качествами должен обладать такой человек, третья сторона-медиатор? Назовите все самые важные на Ваш взгляд качества.

2. Если бы у Вас был спор, связанный с бизнесом, и Вы решили его урегулировать с помощью третьей стороны, какими качествами должен обладать такой человек, третья сторона-медиатор? Назовите все самые важные на Ваш взгляд качества.

3. Если бы у Вас был гражданский спор (не в семье и не в бизнесе, а в отношениях с другими людьми – земельные споры, споры с соседями, ЖКХ и т.п.), и Вы решили его урегулировать с помощью третьей стороны, какими качествами должен обладать такой человек, третья сторона-медиатор? Назовите все самые важные на Ваш взгляд качества.

Перед тем, как участники исследования начали заполнять опросник, им пояснялось, кто такой медиатор и в чем заключается основной смысл его деятельности.

Контент-анализ (от англ. *contents* – содержание) – стандартная методика исследования, предметом которой является анализ содержания текстов с целью последующей содержательной интерпретации выявленных числовых закономерностей [1]. Ответы респондентов классифицировались по категориям, в дальнейшем осуществлялся подсчет частоты указания тех или иных категорий в разных группах, распределенных нами по половому признаку.

Статистическая обработка данных. Полученные в ходе исследования результаты обрабатывались по основным параметрам описательной статистики и с помощью методов непараметрической статистики. В частности использовались хи-квадрат, Йетса хи-квадрат, Мантель-Гензель (*Mantel-Haenszel*), тест Мак-Немара и точный критерий Фишера. Обработка данных осуществлялась с помощью компьютерной программы *StatisticaBiostat 2009 (Professional)*.

Материал исследования. Все участники исследования являлись психически здоровыми, дееспособными, вменяемыми. Возраст участников исследования от 18 до 60 лет (таким образом, речь идет о работоспособном возрасте). Среди участников исследования 25 мужчин и 26 женщин. Все достигшие совершеннолетия, имеющие семейно-бытовые отношения, включенные в производственную деятельность и имеющие социальную включенность, но не имеющие опыт участия в процедуре медиации ранее.

Результаты исследования. Полученные из опросников данные были проанализированы и распределены по наиболее часто указываемым качествам, необходимым третьей стороне – медиатору, осуществляющей урегулирование спора. Чаще всего указывались: опыт, профессионализм (включая образование и прочие профессиональные характеристики), компетентность и осведомленность, наличие семьи, авторитетность, возраст, способности и умения по урегулированию спора и достижению соглашения, отношение (имеется в виду эмоциональное отношение к сторонам спора), нейтральность, коммуникативные навыки, внешний вид, пол, склонность действовать в интересах какой-либо из сторон, экономичность – затраты времени, финансов и т.п. Участники исследования указывали это качество, хотя оно, конечно, не может быть отнесено к личностным, но цитировалось довольно часто, что может объясняться представлениями интервьюируемых о природе затрат на такого рода услуги и наличии субъективизма в формировании цен. Однако мы этот вопрос не исследовали, а сам факт отнесения экономичности к личностным категориям игнорировать не сочли возможным. Абсолютные значения частоты указания тех или иных качеств в группах мужчин и женщин приведены в табл. 1. По каждой из категорий указано, как часто в той или иной

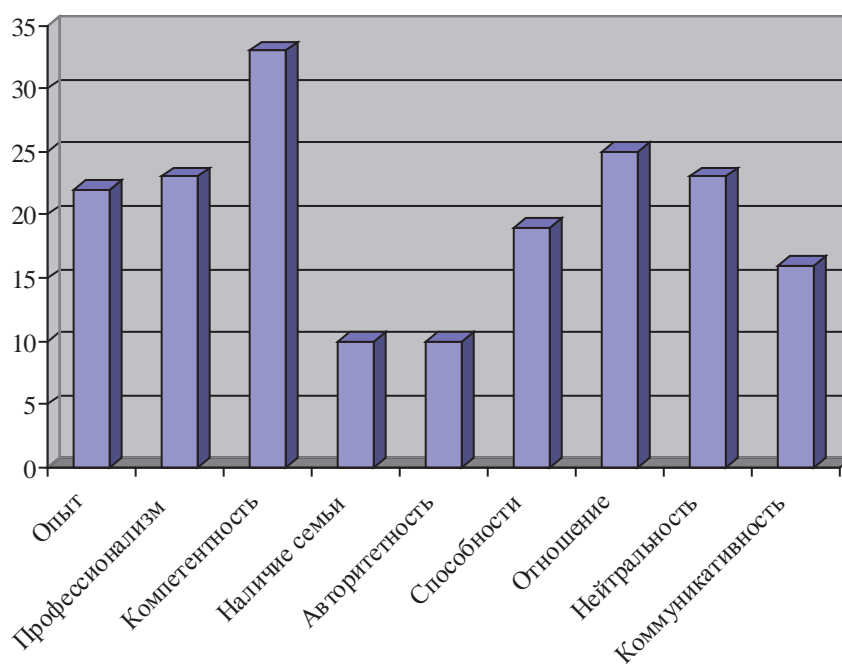


Рис. 1. Абсолютные значения частот категорий

Таблица 1. Ожидаемые качества медиатора (абсолютные показатели)

Качества	Мужчины, 25 чел.	Женщины, 26 чел.	Всего, 51 чел.
Опыт	5	17	22
Профессионализм, включая соответствующее образование	13	10	23
Компетентность и осведомленность	12	21	33
Наличие семьи	5	5	10
Авторитетность	4	6	10
Старший (немолодой) возраст	2	2	4
Способности и умения по урегулированию спора и достижению соглашения	7	12	19
Отношение	5	20	25
Нейтральность	5	18	23
Коммуникативные способности	4	12	16
Внешний вид	1	2	3
Пол	1	2	3
Склонность третьей стороны действовать в моих интересах	4	1	5
Экономичность	3	0	3

группе указывалось то или иное качество (в строках).

Наиболее часто указываемыми категориями являются «Компетентность и осведомлен-

ность», «Отношение», «Профессионализм и соответствующее образование» и «Нейтральность». Эти категории имели высокую частоту цитирований и превышали значение проценти-

ля 75 % ($Q_2 = 23$). То есть входили в верхний квартиль распределения частот. Для наглядности наиболее частые категории представлены на рис. 1.

Как видно из табл. 1, мужчины чаще всего указывают в качестве значимых такие категории, как «Профессионализм и соответствующее образование» и «Компетентность и осведомленность». Эти категории значительно чаще указываются, чем остальные и имеют значения, близкие к 75 % процентилю ($Q = 12,25$). Женщины чаще указывают такие категории, как «Компетентность и осведомленность», «Отношение» и «Нейтральность». Все значения в этих категориях выше чем 75 % процентилю ($Q = 16,5$).

При более детальном статистическом исследовании по каждой из выделенных категорий получен ряд существенных для практики и теоретических изысканий результатов.

Так, категория «Опыт» указана как значимое для специалиста по урегулированию споров качество 5 мужчинами и 17 женщинами. Таким образом, женщины более чем в три раза чаще мужчин указывали ее. Различия между группами являлись статистически достоверными при хи-квадрат = 10,7 ($p = 0,0011$); Йетса хи-квадрат = 8,9 (уровень значимости различий = 0,0028); точный критерий Фишера = 0,0012.

Категория «Профессионализм, включая соответствующее образование» немного чаще указывалась мужчинами (13 указаний), чем женщинами (10 указаний). Различия между группами не являлись достоверными; хи-квадрат ($df = 1$) = 0,94 (при $p = 0,33$); Йетса хи-квадрат = 0,47 ($p = 0,49$).

«Компетентность и осведомленность» как значимые для медиатора качества почти в два раза чаще указывались женщинами (21 против 12 указаний). Различия между женщинами и мужчинами являлись достоверными при хи-квадрат ($df = 1$) = 5,99 ($p = 0,01$) и Йетса хи-квадрат = 4,64 ($p = 0,03$).

«Наличие семьи» как необходимое для медиатора качество (хотя конечно это не соответствует профессиональному пониманию сути термина «личностные качества») указывалось и мужчинами, и женщинами одинаково часто – по 5 случаев. Различия между женщинами и мужчинами являлись недостоверными при хи-квадрат ($df = 1$) = 0,0048 ($p = 0,94$) и Йетса хи-квадрат = 0,08 ($p = 0,77$).

Категория «Авторитет» указывалась и мужчинами, и женщинами с сопоставимой частотой – 4 и 6 указаний соответственно. Различия

между группами несущественны. Различия между группами являлись недостоверными при хи-квадрат ($df = 1$) = 0,4 ($p = 0,52$) и Йетса хи-квадрат = 0,08 ($p = 0,77$).

Категория «Возраст» указывалась как мужчинами, так и женщинами с сопоставимой частотой (по 2 указания в обеих группах). Таким образом, различий между группами не выявлено. Хи-квадрат ($df = 1$) = 0,0017 ($p = 0,96$) и Йетса хи-квадрат = 0,23 ($p = 0,63$).

В категориях «Пол» и «Внешний вид» также не определено статистически достоверных различий между группами в виду маленьких величин и некорректности статистических оценок.

Категория «Способности и умения по урегулированию спора и достижению соглашения» чаще указывалась женщинами (12 случаев), чем мужчинами (7 случаев). Различия в частоте указания этой категории мужчинами и женщинами не являются достоверными, хи-квадрат ($df = 1$) = 2,1 ($p = 0,14$), Йетса хи-квадрат = 1,3 ($p = 0,2$).

Категория «Отношение» значительно чаще (в 4 раза) указывалась женщинами, по сравнению с мужчинами (20 против 5), что имеет статистически значимый уровень отличий при хи-квадрат ($df = 1$) = 16,5 ($p < 0,0001$); Йетса хи-квадрат = 14,3 ($p = 0,0001$); точный критерий Фишера = 0,0001.

«Нейтральность» как значимое качество указывалась женщинами более чем в три раза чаще, чем мужчинами (18 и 5 случаев соответственно). Эти различия являлись статистически достоверными при хи-квадрат ($df = 1$) = 12,4 ($p = 0,0004$); Йетса хи-квадрат = 10,6 ($p = 0,001$); Мантель-Гензель (*Mantel-Haenszel*) = 12,2 ($p = 0,0005$); точный критерий Фишера = 0,0005.

«Коммуникативные способности» в три раза чаще указывались женщинами (12 и 4 указания соответственно). При этом различия между группами являлись достоверными хи-квадрат ($df = 1$) = 5,4 ($p = 0,02$); Йетса хи-квадрат = 4,07 ($p = 0,043$).

Категория «Действия в моих интересах» нечасто могла быть применена к ответам участников исследования. Однако обращает на себя внимание тот факт, что ожидания от третьей стороны действий в своих интересах значительно чаще встречались у мужчин (4 против 1). Однако, вероятно в силу маленького объема статистических данных, достоверных различий между группами по данной категории не выявлено. Хи-квадрат ($df = 1$) = 2,12 ($p = 0,14$) и Йетса хи-квадрат = 0,97 ($p = 0,32$).

Еще одна категория «Экономичность» указывалась только мужчинами (три случая из трех). Однако статистические данные по этому параметру также недостоверны в силу малого размера выборки. Хи-квадрат ($df = 1$) = 3,3 ($p = 0,068$) и Йетса хи-квадрат = 1,5 ($p = 0,22$).

Обсуждение. Полученные в исследовании результаты свидетельствуют, что независимо от пола потенциальные пользователи медиации придают возрасту и полу медиатора небольшое значение, а наиболее значимыми для медиатора личностными качествами, по мнению потенциальных пользователей медиации и мужского, и женского пола, являются «Компетентность и осведомленность», «Отношение», «Профессионализм и соответствующее образование» и «Нейтральность». Однако необходимо отметить различия между мужчинами и женщинами в наиболее предпочитаемых категориях. Так, мужчины чаще указывают в качестве значимых «Профессионализм и соответствующее образование» и «Компетентность и осведом-

ленность», а женщины – «Компетентность и осведомленность», «Отношение» и «Нейтральность». При этом категории «Опыт», «Компетентность и осведомленность», «Отношение», «Нейтральность» и «Коммуникативные способности» женщины указывали статистически достоверно чаще, чем мужчины, что позволяет сделать вывод о том, что при отсутствии значимых предпочтений к полу и возрасту медиатора, существуют достаточно четкие гендерные различия в ожиданиях от личности медиатора со стороны потенциальных потребителей такого рода услуг.

Безусловно, такого рода информация полезна не только с точки зрения организации работы самих профессиональных медиаторов, продвижения медиации как услуги, с научной точки зрения, но и как основа для наблюдения и исследования отношения к медиации по гендерному принципу, в процессе распространения медиативной практики в различных областях деятельности и в обществе в целом.

Список литературы

1. Алмаев, Н.А. Применение контент-анализа в исследованиях личности / Н.А. Алмаев. – М. : Изд-во Института психологии РАН, 2014. – С. 168.
2. Гроголева, О.Ю. Взаимосвязь социально-психологических характеристик прощения как феномена межличностного общения с агрессией: гендерный аспект / О.Ю. Гроголева, О.А. Чупикова // Вестник Омского университета. – 2014. – № 1. – С. 4–16.
3. Грошев, И.В. Гендерные, половые и личностно-индивидуальные различия поведенческих паттернов в организационных конфликтах и их влияние на культуру организации / И.В. Грошев, А.А. Поздняков // Вестник Тамбовского государственного технического университета. – 2005. – Т. 11. – № 1. – С. 310–313.
4. Камнева, Н.А. Гендерные межличностные конфликты в контексте семейных отношений / Н.А. Камнева // Вестник Тамбовского университета. – 2014. – № 2(130). – С. 129–140.
5. Курицына, А.А. Гендерные особенности проявлений агрессивности и враждебности при посттравматическом стрессовом расстройстве / А.А. Курицына, Н.Л. Бундало // Сибирское медицинское обозрение. – 2007. – Т. 42. – № 1. – С. 47–51.
6. Узнадзе, Д.Н. Теория установки / Д.Н. Узнадзе. – Воронеж; М. : НПО «МОДЭК»; Институт практической психологии, 1997. – 448 с.

References

1. Almaev, N.A. Primenenie kontent-analiza v issledovaniyah lichnosti / N.A. Almaev. – M. : Izd-vo Instituta psihologii RAN, 2014. – S. 168.
2. Grogoleva, O.Ju. Vzaimosvjaz' social'no-psihologicheskikh harakteristik proshhenija kak fenomena mezhlichnostnogo obshhenija s agresiej: gendernyj aspekt / O.Ju. Grogoleva, O.A. Chupikova // Vestnik Omskogo universiteta. – 2014. – № 1. – S. 4–16.
3. Groshev, I.V. Gendernye, polovye i lichnostno-individual'nye razlichija povedencheskih patternov v organizacionnyh konfliktah i ih vlijanie na kul'turu organizacii / I.V. Groshev, A.A. Pozdnjakov // Vestnik Tambovskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. – 2005. – T. 11. – № 1. – S. 310–313.
4. Kamneva, N.A. Gendernye mezhlichnostnye konflikty v kontekste semejnyh otnoshenij /

N.A. Kamneva // Vestnik Tambovskogo universiteta. – 2014. – № 2(130). – S. 129–140.

5. Kuricyna, A.A. Gendernye osobennosti projavlenij agressivnosti i vrazhdebnosti pri posttravmaticheskom stressovom rasstrojstve / A.A. Kuricyna, N.L. Bundalo // Sibirskoe medicinskoe obozrenie. – 2007. – T. 42. – № 1. – S. 47–51.

6. Uznadze, D.N. Teorija ustanovki / D.N. Uznadze. – Voronezh; M. : NPO «MODJeK»; Institut prakticheskoj psihologii, 1997. – 448 s.

© Ц.А. Шамликашвили, С.В. Харитонов, 2015