

Социальные технологии привлечения клиентов в тренинги личностного роста

Научный руководитель – Фомин Егор Васильевич

Митымова Дарья Леонидовна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Москва, Россия

E-mail: dashamityp@mail.ru

За последние годы в современном обществе наблюдается стремительный рост популярности тренингов личностного роста. По данным Data Bridge Market Research, в 2023 году мировой рынок личностного развития оценивался в 44,46 миллиарда долларов США. Их популярность обусловлена ускоренными темпами социальных изменений, нарастающей глобализацией и усилением процессов индивидуализации. Зачастую авторы используют манипулятивные техники вовлечения, потому целью моей работы является выявление особенностей социальных технологий, используемых для привлечения в тренинги личностного роста.

Результаты опроса ВЦИОМ о мотивах участия в тренингах личностного роста демонстрирует, что наибольшая доля респондентов (21%) считает, что люди проходят тренинги для повышения самооценки и самоутверждения. Далее по значимости следуют стремление к самопознанию (11%) и профессиональному развитию (10%). Результаты анализа отношения к тренингам выявил преобладание негативных ассоциаций, в частности, выраженных в категориях «мошенничество», «обман» и «выкачивание денег».

Рассмотрим социологические подходы к изучению тренингов личностного роста. Эмиль Дюркгейм в своей фундаментальной работе «Элементарные формы религиозной жизни» подчеркивал определяющую роль социальных норм, ценностей, коллективного сознания и социальной солидарности в обеспечении стабильности и воспроизводства общества. В этом контексте, тренинги личностного роста могут рассматриваться как механизмы социальной регуляции, транслирующие индивидам необходимые культурные знания, социальные навыки и ценностные ориентиры, которые позволяют им успешно интегрироваться в существующую социальную систему и соответствовать ее требованиям. Они могут формировать коллективное понимание и разделяемые ценности в отношении таких социальных феноменов, как стремление к успеху, саморазвитию, личностному росту и достижению индивидуальных целей, тем самым, укрепляя социальные связи и обеспечивая ее внутреннюю согласованность. Более того, тренинги могут способствовать усилению чувства социальной общности, предоставляя участникам возможность взаимодействия, обмена опытом и установления социальных связей с другими людьми, которые разделяют схожие ценности и цели, формируя своего рода «сообщества практики».

С точки зрения Ж. Бодрийяра, тренинги личностного роста можно рассмотреть, как симулякры самосовершенствования, предлагающие индивидам иллюзию личностной трансформации, но не приводящие к реальным изменениям в социальных отношениях и структурах, и создавая эффект гиперреальности, в которой реальность и симуляция становятся неразличимыми. Участники тренингов часто не стремятся к подлинному личностному развитию, а лишь желают получить социальное признание, соответствовать определенным стандартам и вести определенный образ жизни.

В. Зелизер исследовала социологический подход к изучению денег, который позволяет увидеть, как деньги становятся средством социального конструирования реальности. В случае с тренингами личностного роста, деньги приобретают «эмоциональную окраску»,

связывая с надеждой на личностные изменения и социальное продвижение. Этот подход также помогает понять, как тренинги могут эксплуатировать желание размыть границы между «деньгами для жизни» и «деньгами для мечты», обещая быстрый путь к богатству и самореализации, что может приводить к нереалистичным ожиданиям и большим финансовым рискам.

Изучив социальные сети тренеров личностного роста, были выявлены ключевые социальные технологии, широко используемые для продвижения тренингов, включая таргетированную рекламу в социальных сетях, инфлюенсер-маркетинг с участием популярных блогеров и создание тематических онлайн-сообществ для формирования лояльной аудитории и создания эффекта «социального доказательства».

Также имеются манипулятивные практики, такие как использование эмоционально окрашенных призывов, основанных на страхах и неуверенности в себе, предоставление ложной или преувеличенной информации о содержании курса и квалификации тренера, часто скрываемой за общими заявлениями и громкими обещаниями.

Особо следует отметить конструирование авторами тренингов «культы успеха», который проявляется в создании иллюзии легкого и мгновенного достижения целей путем демонстрации «роскошной жизни», активно используются различные истории успеха с расплывчатыми формулировками. Это культивирование «идеальной» жизни формирует у людей зависимость от обещаний лёгкого успеха.

Таким образом, применение социальных технологий в сфере тренингов личностного роста создает определенные риски, связанные с потенциальным распространением деструктивных идей, неконтролируемой деятельностью псевдо-тренеров, оказывающих неквалифицированную помощь. Имеются также сложности в регулировании рынка инфопродуктов, что требует разработки эффективных механизмов контроля и защиты общества от недобросовестных практик.

Источники и литература

- 1) Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция / Ж. Бодрийяр. – Москва: Постум, 2015. – 240 с.
- 2) Вершинин М., Дворкин А., Ивахненко Д., Крылов А. и др. Психология тренингов личностного роста. Самиздат, 2013 – 95 с.
- 3) Дюркгейм Э. Элементарные формы религиозной жизни / Э. Дюркгейм. – Москва: Альпина нон-фикшн, 2018. – 800 с.
- 4) Зелизер В. Социальное значение денег / В. Зелизер. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2004. – 256 с.
- 5) Орлова И. Б. Социальные технологии : учебное пособие для вузов / И. Б. Орлова и др.; под ред. И. Б. Орловой. – 2-е изд., испр. – Москва: Юрайт, 2024. – 180 с.