

Заливанский Борис Васильевич**Zalivansky Boris Vasilyevich**

кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий
Белгородского государственного национального
исследовательского университета,
директор Института муниципального развития
и социальных технологий

PhD in Social Science,
Associate Professor,
Social Technologies Department,
Belgorod State National Research University,
Director, Institute of Municipal Development
and Social Technologies

Самохвалова Елена Владиславовна**Samokhvalova Elena Vladislavovna**

кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры социальных технологий
Белгородского государственного национального
исследовательского университета

PhD in Social Science,
Associate Professor,
Social Technologies Department,
Belgorod State National Research University

ПРОДВИЖЕНИЕ ЦЕННОСТЕЙ СОЛИДАРНОГО ОБЩЕСТВА СРЕДИ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ БЮДЖЕТНОЙ СФЕРЫ

THE PROMOTION OF SOLIDARITY SOCIETY VALUES IN PUBLIC SECTOR

Аннотация:

Авторами обоснована необходимость формирования ценностей солидарного общества у работников бюджетной сферы для дальнейшего вовлечения их в процесс продвижения ценностно-смысловых паттернов среди других социальных групп. С учетом результатов экспертного опроса, проведенного в Белгородской области в 2017 г., предложен алгоритм действий по внедрению ценностей солидарности (в первую очередь патриотизма, справедливости и безопасности) в бюджетных государственных и муниципальных учреждениях региона. Основными элементами алгоритма выступают создание и определение задач рабочей группы из представителей областных органов исполнительной власти, координирующих деятельность бюджетных организаций, а также профсоюзных объединений; методическое и иное обеспечение деятельности группы; оценка эффективности мероприятий по продвижению ценностей среди бюджетников. Одной из главных задач рабочей группы, по мнению авторов, должно стать уточнение условий реализации проектов по продвижению ценностей солидарного общества, а именно: анализ степени принятия ценностей солидарности бюджетниками на современном этапе; установление сущности и содержания привлекательных для них образов ценностей солидарности, приемов их визуализации; выявление порядка использования каналов для продвижения ценностей и возможностей привлечения к этому процессу лидеров общественного мнения; определение методов продвижения. Кроме того, задачами рабочей группы являются разработка, координация и контроль над реализацией проектов солидарности в бюджетной сфере.

Ключевые слова:

солидарное общество, административно-политическая элита, работники бюджетной сферы, ценности солидарности, алгоритм продвижения ценностей, каналы для продвижения ценностей, ценностно ориентированная деятельность, формирование сознания личности.

Summary:

The authors substantiate the need to develop solidarity society values among public sector employees for their further involvement in the promotion of value and semantic patterns amongst other social groups. Based on the results of an expert survey conducted in Belgorod region in 2017, solidarity values introduction algorithm (first of all, patriotism, justice, and security) is proposed for state and municipal institutions of the region. The basic elements of the algorithm include the creation and definition of tasks for a working group represented by both regional government bodies that coordinate the activities of state-financed organizations and trade unions; the instructional and other support for group activities; the assessment of the efficiency of measures to promote values among state employees. In the authors' opinion, the working group should specify project baselines related to the promotion of solidarity society values. In particular, they should analyze the degree of acceptance of solidarity values by public sector employees at the current stage; determine the essence and content of images of solidarity values that are attractive for these employees and identify their visualization techniques; reveal the procedure for using channels to promote values and opportunities to engage public opinion leaders in this process; find out promotion methods. Besides, the working group is to develop, coordinate, and control solidarity projects in the public sector.

Keywords:

solidarity society, administrative and political elite, public sector employees, solidarity values, values promotion algorithm, channels for the promotion of values, value-based activities, development of the consciousness of a person.

В современных условиях атомизации общества, укоренения потребительских ценностей особенно актуальным представляется возврат к восстановлению солидарности, выражающейся в готовности людей к коллективным действиям, систематической взаимопомощи и взаимной поддержке вследствие осознания общности своих интересов с интересами страны, региона, муниципалитета, сограждан [1].

В то же время построение солидарного общества в условиях отдельного российского региона на практике представляется сложной задачей, требующей комплексного анализа и нестандартных подходов к решению. Подобный опыт накоплен в Белгородской области, где с 2009 г. предпринимаются попытки продвижения идеи солидарности. В начале 2011 г. правительство области совместно с белгородскими учеными разработало Концепцию формирования регионального солидарного общества, в дальнейшем была принята Стратегия формирования регионального солидарного общества [2].

Авторы Концепции неоднократно отмечали, что возрождение и укрепление принципов солидарности невозможно без формирования ясного представления о наиболее значимых для большинства (базисных) ценностях и смыслах, которые, укореняясь в сознании, будут преобразовываться носителями в цели социального развития [3]. В связи с этим задача продвижения ценностей солидарности (справедливости, духовности, безопасности, культуры общения, благосостояния, ответственности за будущее, патриотизма и др.) среди жителей области становится ключевой, определяющей успешность формирования регионального солидарного общества.

Решение задачи по продвижению ценностей солидарности в настоящее время затруднено по следующим причинам.

– Проблематичность консолидации людей в глубоко дифференцированном в социальном отношении обществе. Для белгородского сообщества, как и для России в целом, характерен высокий уровень социальной дифференциации и даже поляризации населения. Итоги проведенных ранее исследований позволяют утверждать, что установлению отношений взаимного доверия между белгородцами в первую очередь препятствует проблема социальной несправедливости, в том числе в распределении доходов и материальных благ [4]. В связи с этим неизбежно возникает сомнение, в какой степени можно объединить вокруг ценностей «региональной солидарности» обеспеченных белгородцев и граждан области, ощущающих резкое сокращение реальных доходов.

– Утрата опыта формирования систем, обеспечивающих целенаправленную интериоризацию ценностно-смысловых паттернов большими группами населения. В 1990-е гг. в нашей стране произошли резкий слом многолетних устоев, отказ от традиционной системы ценностей. Фактически становление молодежи происходило и происходит в условиях ценностной аномии и перестройки практически всех значимых с точки зрения социализации институтов. Воспитательная функция из системы образования была устранена, а в семьях, вынужденных зарабатывать, воспитание детей отодвинулось на второй план. Ушла в прошлое и практика пропаганды образов ценностей ориентированного поведения средствами массовой информации, кинематографом и пр. Таким образом, при отказе от советского опыта воспитательной работы собственной эффективной системы, обеспечивающей воспроизведение ценностей в российском обществе, так и не было создано.

– Слабое подкрепление процесса формирования ценностей адекватными практиками (например, устранение несправедливости), без которых продвижение ценностей приобретает виртуальный характер. Результаты проведенных ранее исследований подтверждают факт, что в сложившейся ситуации разрыв между образом будущего – «солидарного общества» – и реальностью сегодняшнего дня настолько велик, что обыденное сознание отказывается принимать идею солидарности, рассматривая ее как очередную утопию (в лучшем случае) либо как очередной обман «простого человека», осуществляемый правящей элитой (в худшем случае).

– Отсутствие опоры при решении задачи продвижения идеи солидарности на наличие объективной картины состояния ценностных миров целевых групп. К сожалению, ценности и нормы, определяющие повседневное поведение белгородцев, в последние годы не являлись предметом специальных исследований. В связи с этим весьма затруднительно оценить степень релевантности ценностей солидарного общества системе представлений, характерной как для большинства белгородцев, так и для отдельных социальных групп.

– Недостаточность ресурсов для организации подобной работы среди белгородского общества в целом. В данном случае речь идет не только о материальных ресурсах, хотя их в текущей сложной социально-экономической ситуации, безусловно, недостаточно. Новизна идеи солидарного общества обусловила теоретическую и методическую непроработанность механизма ее реализации. Поэтому актуальным представляется выделение приоритетных социальных групп, представители которых впоследствии могли бы сами стать участниками процесса продвижения ценностей солидарности.

К критериям для выделения подобных групп следует отнести доступность их представителей для социокультурного/административного воздействия (восприимчивость к усвоению ценностных установок, нравственных ориентиров солидарного общества, максимально возможный охват мероприятиями по продвижению ценностей и т. д.); возможность влияния представителей группы на текущую экономическую и социально-культурную ситуацию в регионе и региональное развитие, потенциальную роль в формировании будущего Белгородской области; интенсивность коммуникаций / социальных связей с представителями других социальных групп.

С учетом перечисленных критериев одной из таких групп могут стать работники региональной бюджетной сферы. Данная категория имеет особый социальный статус, бюджетников часто

воспринимают как представителей государства, а систему государственных и муниципальных бюджетных учреждений – как каркас, несущую основу общества. Кроме того, бюджетники доступны для социокультурного/административного воздействия, влияют на текущую экономическую и социально-культурную ситуацию в регионе и процессы регионального развития, отчасти определяют будущее Белгородской области и, учитывая характер работы с населением, интенсивно взаимодействуют практически со всем местным сообществом. Важно и то, что работники бюджетного сектора в большей степени ориентированы на установление принципа социальной справедливости в социуме, поскольку уровень их заработной платы, как правило, ниже, чем у персонала в иных отраслях экономики.

Безусловно, бюджетники – высокодифференцированная социальная группа. При этом каждая из подгрупп играет значимую социальную роль. С одной стороны, это работники государственных органов и органов местного самоуправления, т. е. представители региональной административно-политической элиты – наиболее влиятельной группы в социальной структуре общества. Ее основными функциями являются стратегическое руководство регионом, формирование политических целей, программных документов и т. д., регулирование взаимоотношений между другими социальными группами. Это особый «социальный слой», состоящий из авторитетных специально подготовленных белгородцев, выдвинутых для управления регионом. Большинство его представителей имеют организаторские способности, что, несомненно, важно для успешной организации деятельности по продвижению ценностей солидарного общества.

С другой стороны, к основной массе работников бюджетной сферы следует причислять воспитателей, учителей и педагогов, врачей, работников учреждений культуры, сотрудников правоохранительных структур и т. д. Именно вовлечение представителей всех этих профессий в процесс продвижения ценностей выступает приоритетным направлением укрепления солидарности, поскольку потребителями их услуг являются практически все белгородцы, а гуманистический характер обозначенных профессий, профессиональные ценности служения обществу, толерантности, сотрудничества, ответственности, приверженности высоким этическим нормам максимально перекликаются с идеологией солидарного общества.

В целях определения перспектив и основных элементов алгоритма продвижения ценностей солидарного общества среди работников бюджетной сферы Белгородской области в 2017 г. при участии авторов проведен экспертный опрос, участниками которого стали руководители бюджетных организаций, органов государственной и муниципальной власти, ученые, имеющие публикации по соответствующей проблематике (n = 557) [5]. Экспертам было предложено оценить способность белгородских бюджетников воспринять (усвоить) главные ценности солидарного общества, отобранные на предыдущих этапах реализации Стратегии (от «безусловно способны» (максимальная степень принятия) до «не способны» (непринятие)); каналы продвижения ценностей с точки зрения их доступности для управленческого воздействия и эффективности; возможности привлечения лидеров мнений к реализации механизма продвижения ценностей; потенциальные методы продвижения ценностей с точки зрения их действенности; барьеры, препятствующие данному процессу.

После обобщения результатов предложен следующий алгоритм продвижения ценностей солидарности среди бюджетников Белгородской области. Первым действием является определение субъектов продвижения, возможно, на основе следующих критериев: а) к функциям субъекта отнесены вопросы организации работы, координации и контроля за деятельностью бюджетных учреждений; б) у субъекта есть ресурсы для реализации мероприятий по продвижению ценностей солидарности; в) субъект имеет определенный авторитет среди бюджетных работников; г) субъект обладает компетентностью в отношении морально-этических норм и правил, регулирующих поведение в бюджетной среде.

К числу субъектов продвижения ценностей солидарного общества среди работников бюджетной сферы могут быть отнесены следующие:

- областные органы исполнительной власти, в подведомственности которых находятся бюджетные учреждения;
- федеральные территориальные органы исполнительной власти с наибольшей численностью сотрудников, на условиях согласования с ними совместных действий;
- руководство государственных и муниципальных унитарных предприятий, а также казенных, бюджетных и автономных организаций, находящихся как в государственной собственности, так и в муниципальной;
- профсоюзные объединения, в деятельности которых принимают участие бюджетные организации;
- региональные и муниципальные СМИ, в публикациях, теле- и радиопередачах которых освещается работа бюджетных учреждений на территории области.

Представители этих структур должны войти в рабочую группу по продвижению ценностей среди бюджетников. Указанным лицам следует осуществлять разработку соответствующих предложений. В качестве экспертов к участию в деятельности группы целесообразно привлечь наибо-

лее компетентных активных и заинтересованных авторитетных представителей различных бюджетных сфер: образования, социальной защиты населения, здравоохранения, правоохранительного блока. Они могут оценивать эффективность продвижения ценностей в бюджетной среде.

Одной из основных задач рабочей группы, по нашему мнению, должно стать уточнение условий реализации проектов по продвижению ценностей солидарного общества, включающее следующие компоненты.

1. Анализ текущей ситуации. На первоначальном этапе работы по продвижению ценностей необходимо детально проанализировать ситуацию, сложившуюся в бюджетной среде. Высокий уровень замкнутости функционирования бюджетных организаций, значимое влияние корпоративной культуры, продиктованное правилами, определенными руководством, а также правовыми и ведомственными предписывающими документами, жесткая субординация и бюрократические издержки – это ключевые характеристики данного вида учреждений, требующие детального изучения и учета при продвижении ценностей.

Рассматриваемый процесс в Белгородской области пока находится в зачаточной стадии. Как показали результаты экспертного опроса, несмотря на реализацию с 2011 г. Стратегии формирования регионального солидарного общества, лишь третья часть (37,34 %) работников бюджетных организаций хорошо знакома с идеей солидарного общества, почти половина (45,06 %) имеет представление о ней лишь в общих чертах. Даже с учетом, казалось бы, максимальной включенности бюджетного сектора в процессы осуществления государственной региональной политики, имеются серьезные проблемы в механизме распространения информации и в большей степени в формировании условий для ее восприятия сотрудниками бюджетных учреждений. В ходе анализа этой ситуации рабочей группе необходимо точно определить причины, которые обуславливают данную проблему. Вполне возможно, что этому способствуют указанные ранее особенности влияния корпоративной культуры в организациях бюджетного сектора.

2. Оценка возможностей продвижения ценностей. Результаты анализа, проведенного рабочей группой на первоначальном этапе, должны быть использованы в ходе подготовки рекомендаций по продвижению ценностей среди сотрудников бюджетных организаций. Вектор воздействия может быть выстроен в основном по традиционной для органов власти модели, т. е. сверху вниз, хотя просто административное давление может оказаться неэффективным. Эксперты отметили, что ключевым фактором, определяющим отношение бюджетников к ценностям солидарного общества, будут выступать личные особенности персонала учреждения (харизма руководства, продвигающего ценности, система собственных ценностей). На это указали 40,04 % респондентов. Таким образом, главная роль в ходе работы с бюджетниками по продвижению ценностей должна принадлежать людям, чей авторитет базируется на объективных заслугах, которые сами признают значимость корпоративных норм в организациях бюджетного сектора.

Следует уточнить, что на данном этапе речь идет не только о продвижении ценностей среди бюджетников, но и о включении представителей бюджетной сферы в процесс формирования ценностей в других социальных группах. Бюджетники – это именно та категория населения, которая может стать социальным каркасом в ходе построения системы ценностей солидарного общества. Эксперты полагают, что среди них довольно высок потенциал понимания принципов солидаризации. С этим в той или иной степени согласны 76,13 % опрошенных, лишь 13,11 % участников исследования считают, что это не так. Потенциал подтверждается тем, что, по мнению респондентов, бюджетники – единственная социальная группа, представители которой в большинстве своем способны безусловно принять ценность патриотизма (на это указали 54,22 %). Кроме того, по результатам экспертного опроса можно отметить высокую степень принятия ими ценностей справедливости (безусловно способны воспринять 46,86 %, скорее способны – 36,45), духовности (46,68 и 37,52 % соответственно). Также высок уровень принятия в качестве ценностей безопасности (45,24 и 39,14 %) и культуры общения (44,17 и 46,68 %).

Не менее важными задачами рабочей группы являются создание, координация и контроль над реализацией проектов солидарности в бюджетной сфере. Основываясь на данных предварительного анализа и выработанных рекомендациях, группа может приступить к решению следующей задачи – непосредственной разработке проекта по продвижению ценностей солидарного общества среди сотрудников бюджетных организаций. Проекты могут быть областными (например, медийный проект по продвижению среди бюджетников ценности ответственности за будущее), муниципальными (по продвижению ценностей среди бюджетников конкретного муниципального образования) и локальными (ведомственными) (малые проекты солидарности в образовании).

В проекте (проектах) по продвижению ценностей солидарности должны быть отражены следующие аспекты.

Во-первых, необходимо установить возможные механизмы формирования привлекательных для бюджетников образов ценностей солидарного общества, определения сущности и содержания, а также приемов визуализации этих образов. В качестве последних могут быть использованы символы, жизненные истории, модели жизненного строительства (выбора, успеха, творчества), которые должны опираться на близкие целевой аудитории ценности и смыслы. Усвоение ценностей

происходит в процессе идентификации, подразумевающей сильную эмоциональную связь с носителем образа, «роль» которого субъект принимает, ставя себя на его место.

Основным методом выявления привлекательных образов солидарных ценностей должны выступать фокус-группы с представителями бюджетной сферы, включающие привлеченных специалистов – профессионалов высокой квалификации: ученых, работающих в исследовательских учреждениях и вузах, либо профессиональных консультантов (психологов, социологов, журналистов, деятелей культуры).

Для визуализации образов следует подобрать кейсы из социальной практики, ориентирующие на конкретные ценности. Для дополнения образа можно использовать слоганы, содержащие отсылку к ценностям солидарного общества. Например, слоганом с упоминанием категории «справедливость» может выступить следующий: «Жить по совести – поступать по справедливости!», а для визуализации могут быть выбраны сцены взаимодействия представителей власти и населения. Крайне важно перед публичной или медийной демонстрацией снова апробировать визуальное рекламно-пропагандистское сообщение на фокус-группах из числа адресатов – работников бюджетной сферы, что предполагает сопровождение содержания контента интерпретацией адресата. При обнаружении нежелательных коннотаций в трактовке адресата необходимо внести коррективы в структуру, исполнение и способ подачи материала.

Во-вторых, в проекте (проектах) следует определить порядок использования каналов для продвижения ценностей солидарности. Для работников бюджетных организаций, по мнению экспертов, приоритетными каналами должны являться персонализированные социальные технологии: это и разъяснительная работа, осуществляемая специалистами (49,19 % экспертов отметили такой вариант), и личные встречи с руководителями органов власти (42,73 %). Интернет и иные каналы продвижения при работе с бюджетниками тоже могут быть достаточно востребованы.

В-третьих, в проекте (проектах) должны быть предусмотрены мероприятия по определению и привлечению лидеров общественного мнения, способных воздействовать на целевую аудиторию. Для работников бюджетных организаций в качестве наиболее влиятельных социальных категорий из числа окружения эксперты выделили руководителей предприятий и наставников (52,42 %), коллег (33,39), политиков и общественных деятелей (31,24), родственников (29,26), представителей интернет-сообщества (19,21 %).

В-четвертых, в проекте (проектах) следует определить приоритетные методы воздействия на целевую аудиторию. Эксперты сошлись во мнении, что наиболее эффективными в отношении бюджетников являются методы формирования сознания личности (76,30 %), стимулирования и мотивации ценностно ориентированного поведения (76,12) и формирования опыта такого поведения (72,18 %).

На заключительном этапе предлагаемого алгоритма необходимо осуществить оценку эффективности реализации мероприятий по продвижению ценностей солидарности в сознании бюджетников. Следует подчеркнуть, что формирование ценностей – длительный процесс и понимание значимости ценностей солидарности представителями бюджетной сферы уже является большой победой.

Ссылки:

1. Жалкиев В.Т. Солидарность и anomия в современном российском обществе. Краснодар, 2014. 140 с. ; Danaher J. Human Enhancement, Social Solidarity and the Distribution of Responsibility // *Ethical Theory and Moral Practice*. 2015. Vol. 19, no. 2. P. 359–378 ; Habermas J. Democracy, Solidarity and the European Crisis // *Social Europe Journal*. 2013. May 7.
2. Об утверждении стратегии «Формирование регионального солидарного общества» на 2011–2025 гг. [Электронный ресурс] : постановление правительства Белгородской области от 24 нояб. 2011 г. № 435-пп // Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации «Консорциум Кодекс». URL: <http://docs.cntd.ru/document/469027022> (дата обращения: 30.04.2019).
3. Реутов Е.В. Социальная солидарность в общественном дискурсе (опыт регионального исследования) // *Социологическая наука и социальная практика*. 2017. Т. 5, № 3 (19). С. 111–125. <https://doi.org/10.19181/snsp.2017.5.3.5359>.
4. Заливанский Б.В., Самохвалова Е.В. Территориальная солидаризация: теоретико-методологические аспекты // *Управление городом: теория и практика*. 2018. № 4 (31). С. 3–11.
5. Отчет о выполнении научно-исследовательских работ по экспертно-аналитическому сопровождению реализации второго этапа стратегии «Формирование регионального солидарного общества на 2011–2025 гг.» в 2017 г. Белгород, 2017. 173 с.

References:

- Danaher, J 2015, 'Human Enhancement, Social Solidarity and the Distribution of Responsibility', *Ethical Theory and Moral Practice*, vol. 19, no. 2, pp. 359-378, (in Russian).
- Habermas, J 2013, 'Democracy, Solidarity and the European Crisis', *Social Europe Journal*, May 7.
- Reutov, EV 2017, 'Social Solidarity in Public Discourse (Experience of Regional Research)', *Sotsiologicheskaya nauka i sotsial'naya praktika*, vol. 5, no. 3 (19), pp. 111-125, <https://doi.org/10.19181/snsp.2017.5.3.5359>, (in Russian).
- Zalivansky, BV & Samokhvalova, EV 2018, 'Territorial Solidarity: Theoretical and Methodological Aspects', *Upravleniye gorodom: teoriya i praktika*, no. 4 (31), pp. 3-11, (in Russian).
- Zhalkiev, VT 2014, *Solidarity and Anomie in Modern Russian Society*, Krasnodar, 140 p., (in Russian).