

Юшкова Светлана Александровна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»

г. Москва

DOI 10.21661/r-461774

**СОЦИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ И ИХ РОЛЬ
В ГОСУДАРСТВЕННОМ УПРАВЛЕНИИ**

***Аннотация:** в статье рассматриваются вопросы формирования социальных ценностей, процесс социализации и особенности влияния социальных ценностей на государственное управление.*

***Ключевые слова:** социальные ценности, иерархия ценностей, социализация, социальное управление.*

Социальные ценности и государственное управление как связаны эти явления, где та соединительная нить, которая позволяет нам говорить, что социальные ценности играют какую-то роль в государственном управлении? Как можно и можно ли однозначно определить роль социальных ценностей в государственном управлении? Вопросы... вопросы... вопросы, и таких вопросов можно поставить много. Вопросы эти возникли не сегодня, они не новы и поиск ответов на них не начинается с этой статьи. В данной статье не хотелось бы рассматривать этот вопрос в историческом ракурсе поиска ответов на эти вопросы. Хотелось только констатировать тот факт, что ответы на эти вопросы давались многими исследователями. И, следовательно, ответы на эти вопросы, есть, и они зависят от точки, с которой начинался, и будет продолжаться поиск ответов на поставленные вопросы.

Итак, точка отсчета. Анализ мыслительной деятельности человека приводит нас к неким выводам, которые психологи называют умозаключениями. А вот умозаключение может быть получено дедуктивным, индуктивным методом или третий вариант, методом аналогии, вот собственно и все. Варианта три, хотя если

быть точным их всего два, либо мы идем от общего к частному (дедукция), либо от частного к общему (индукция). Аналогия же это получение умозаключения на основе некоторых схожих свойств объекта, а как были сделаны выводы о схожести свойств объекта? Вероятнее всего с использованием или метода дедукции или индукции. Конечно, автор статьи здесь не претендует на единственно правильный, сделанный вывод, это всего лишь размышления.

Итак, категории анализа «социальные ценности», «государственное управление».

Предлагаю начать с категории «социальные ценности». Что такое социальная ценность? Определений данной категории много, например, «ценности социальные – в широком смысле – значимость явлений и предметов реальной действительности с точки зрения их соответствия или несоответствия потребностям общества, социальных групп и личности» [1, с. 442]

Взяв это определение за основу можно заметить, что, во-первых, значимость явлений и предметов реальной действительности можно охарактеризовать через социальные ценности, во-вторых, эта значимость связана с потребностями общества и его отдельных элементов, таких как социальные группы и личность, и, в-третьих, создателем социальных ценностей является человек. Именно человек может определить, какое явление или какой предмет окружающей действительности, и в какой степени в данный период времени удовлетворяет его потребности, а также потребности тех социальных групп, в которых он находится. И здесь опять вопросы, а на чем основывается такая оценка? Какая оценочная шкала применяется? Как с этим связаны социальные ценности, общества?

Вероятнее всего такая оценка основана на потребностях, шкала оценки представляет собой набор показателей, характеризующих степень удовлетворения актуальных, на данный момент потребностей. Степень удовлетворения может варьироваться от показателя «полностью удовлетворен» или «удовлетворен в полной мере», до показателя «абсолютно не удовлетворен». Отметим, однако, что в разные периоды времени, одна и та же социальная ценность может получить как положительную оценку, так и отрицательную оценку.

Ценностями могут быть не только материальные вещи. К ценностям человек может отнести и отношения и представления и переживания, которые связаны с его внутренним опытом. Относительно того, что люди считают ценностями, они ведут себя так, чтобы или сохранить это, или удержать или приумножить. В структуре ценностей можно выделить познавательный элемент, оценочный и аффективный элементы.

Отметим, что в обществе, в разный период его развития, господствует та или иная иерархия ценностей, которая оказывает большое влияние на формирование социальных ценностей групп и индивидов. Сформировавшееся отношение к ценностям определяет не только систему ориентации человека в социальной реальности и личной жизни, но и определяет социальные действия, которые направлены на их достижение, таким образом, ценности влияют на поведение индивида и на его отношения с другими людьми. В иерархии ценностей, которая есть у любого человека, можно выделить ценности признанные, т.е. одобренные обществом, но индивид может к ним не стремиться и не предпринимать никаких действий к их достижению. Могут существовать в иерархии и те ценности, для достижения которых человек тратит значительные усилия, однако, не признает это.

Как же формируется иерархия ценностей? Этот процесс называется социализацией. Именно в данном процессе, под влиянием окружающей среды формируется у человека способность разделять события и ценности на наиболее важные, менее важные, но тоже ценные, а что является абсолютно не важным и на что не следует обращать внимание и тратить силы на достижение. Агентов социализации в обществе громадное количество. Это и близкий круг агентов, который представляет собой родителей, близких родственников, чуть позже друзей и знакомых. К отдаленному кругу агентов социализации чаще всего относятся работники различных социальных институтов, например, образования, а также все разнообразие средств массовой информации от газет и журналов, до телепередач и Интернет-ресурсов. Можно выделить два основных направления передачи цен-

ностей. Во-первых, его можно назвать вербальным или словесным. Это направление связано с простым объяснением, что или кто является ценным и почему. Причем объяснение может быть получено от близких людей, а может с экранов телевизора или различных гаджетов. Поэтому, при формировании социальных ценностей в обществе необходимо обращать внимание на то, какие ценности транслируются с экранов телевизора и в Интернете. Чтобы с экранов телевизоров через фильмы и новости, к нам в дом и в умы наших детей не входили убийства, грабежи и насилие. Во-вторых, передача ценностей может идти через поведение и усилия, которые тратятся на достижение одних целей, а другие цели игнорируются. В каждом из этих случаев существует общая основа оценки, которой является социальная система норм. «Нормы определяют характер усилий, направленных на достижение целей, они показывают, что является особенно ценным и на что следует затратить как можно больше усилий, а на что нет. Таким образом, складывается определенная система ценностей – наиболее ценимых, умеренно ценных и малоценных» [2, с. 82].

Мониторинг социальных ценностей людей и социальных групп позволяет получить информацию, которую можно и нужно использовать в управленческих решениях.

Рассматривая категорию «социальное управление» отметим, что данная категория, скорее связана с обществом в целом, поэтому анализ данной категории проще всего осуществить, пользуясь дедуктивными умозаключениями. Социальное управление можно определить через взаимодействие общества и его элементов – индивидов, социальных групп и институтов, в результате которого, энергоинформационный импульс управляющей системы усваивается сознанием представителей управляемой системы, преобразуется в образцы поведения, становится социальным действием, направленным на реализацию той ценности, которая выступает в качестве содержания энергоинформационного импульса управляющей системы.

Отметим, что в энергоинформационном импульсе системы, всегда содержатся базовые ценности системы, и для того, чтобы эти импульсы были адекватно восприняты и преобразованы в социальные действия необходимые для развития системы, в элементах управляемой системы должны быть сформирована та же иерархия базовых ценностей, что и в управляющей системе. И, наоборот, деятельность управляющей системы должны соответствовать тем базовым, приоритетным ценностям, которые сформировались в сознании представителей управляемой системы.

Приведем пример, в статье, опубликованной в Независимой газете, 21.04.14, под названием «Мир глазами народа», В.В. Соколов, на основе анализа материалов исследований, проведенных в 2006–2014 годах ВЦИОМ, Институтом социологии РАН, ФОМ, ИСТ, Левада-Центром и др. [3] показывает, что сильное государство является приоритетной ценностью россиян (83,4% опрошенных).

Конечно, сильное государство, сплоченное на основе принципа справедливости, которое способствует экономическому подъему общества, защищает граждан и способно помочь обездоленным, всегда было важно для россиян и являлось значимой ценностью. Отметим, что не только сильное государство в целом, важно для россиян, но и сильный лидер. Отсюда и доверие к сильному лидеру может возрастать и быть поддержкой его работы. Однако, государственные институты власти, которые необходимы для эффективного управления сильным государством, россияне оценивают критично, считая, что требования к чиновникам надо повысить, особенно это касается компетентности и эффективности их деятельности.

Одним из эффективных средств формирования социальных ценностей являются различные информационные источники. Однако встает вопрос о степени доверия населения к данным источникам. Исследование, проведенное ВЦИОМ в январе 2016 года, показало, что главным источником информации для 57% респондентов является телевидение. Интернет источники предпочитают 27% опрошенных респондентов [4].

Управленческие процессы и их эффективность во многом зависят от того, как используется информация, которую имеют в распоряжении руководители или представители управляющей системой и через какие источники она передается. Например, целесообразно работать с такой информацией, которая имеет влияние на уровень вовлеченности индивидов или групп в общие дела, увеличивая, таким образом, их сплоченность. Желательно обращать внимание на цели, социальную роль, основные ценности, стратегии и тактики, которые приняты в управляющей системе, а также обращать внимание на реализуемые программы, организационные структуры, принципы, правила и процедуры функционирования тем самым, сближая управляющую систему с управляемой системой, т.е. становясь ближе к людям и группам.

Интересной и важной для людей может быть информация, связанная с человеческими и другими (материальными, финансовыми) ресурсами и их развитием, не следует забывать также о планах, перспективах и прогнозах развития. Однако, напомним, вся эта информация должна отражать базовые ценности, сформированные как в управляющей системе, так и в элементах системы управляемой.

Рассматривая влияние социальных факторов и информации на индивида, следует обратить внимание на то, что часть его деятельности, причем, значительная, связана с группой и с уверенностью людей в том, их коллективные усилия могут вызывать социальные изменения. Коллективная деятельность и ее эффективность, однако, определяется все же не коллективным сознанием, а складывается из личных эффективностей тех людей, которые работают в коллективе и живут в обществе. Не следует забывать о том, что, работая вместе, люди не только создают материальные ценности, но и создают и поддерживают систему социальных ценностей, которая может передаваться новым поколениям работников.

В заключении, отметим, что формирование системы социальных ценностей очень важная проблема, особенно в периоды локальных войн, глобализации, из-

менения технологий, сложные механизмы социального управления, обилия информационных источников с огромным массивом ценностно-разнонаправленной информации могут влиять на жизнь каждого человека и подрывать веру людей в способность изменить мир к лучшему. В этот период следует, как управляющей, так и управляемой системе опереться на сложившуюся, единую систему ценностей общества. Если такой системы нет, то необходимо предпринять усилия для формирования такой системы социальных ценностей, которая создаст чувство коллективной эффективности и необходимы для того, чтобы люди смогли влиять на условия, формирующие их жизнь и жизнь будущих поколений.

Список литературы

1. Краткий словарь по социологии / Под общ. ред. Д.М. Гвишиани, Н.И. Лапина; сост. Э.М. Коржева, Н.Ф. Наумова. – Политиздат, 1989. – С. 442.
2. Юшкова С.А. Основы социологии: Учебное пособие. – М.: Издательский комплекс МГУПП, 2003. – 124 с.
3. Соколов В.В. Мир глазами народа // Независимая газета. – 21.04.14 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ng.ru/ideas/2014-04-21/9_world.html (дата обращения: 6.05.2017).
4. ВЦИОМ. Пресс-выпуск 3098. ТВ, Интернет, газеты, радио: доверяй, но проверяй? [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115679/> (дата обращения: 6.05.2017).