

УДК 339.138, 32.019.5

Краюхин Игорь Маркович,

магистр,

кафедра маркетинга,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский Федеральный Университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

Ильшева Марина Анатольевна,

кандидат экономических наук, доцент,

кафедра маркетинга,

Институт экономики и управления,

ФГАОУ ВО «Уральский Федеральный Университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина»

г. Екатеринбург, Российская Федерация

СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ДОВЕРИЯ ГРАЖДАН К ОБЩЕСТВЕННЫМ ИНСТИТУТАМ*Аннотация:*

В статье рассматривается феномен доверия граждан к общественным институтам, который является значимым аспектом современной социальной и политической жизни. Проведен анализ удачных и неудачных государственных социальных проектов, выявлены принципы, которые могут в значительной степени влиять на успешность проектов с точки зрения повышения общественного доверия.

Ключевые слова:

Социальный проект, «индекс доверия», общественные институты, политика, социология, маркетинг.

На фоне снижения уровня доверия к одним государственным и общественным структурам, и повышения к другим, перед государством и обществом возникает потребность в систематизации подхода, выявление важных принципов и критериев, которым может соответствовать социальный проект.

Согласно проведенным исследованиям аналитического центра «OECD» и [1] в 2022 г. значение «индекса доверия» к правительству Российской Федерации находится на высоком уровне среди таких стран как Финляндия Швеция Норвегия Германия (рисунок 1).

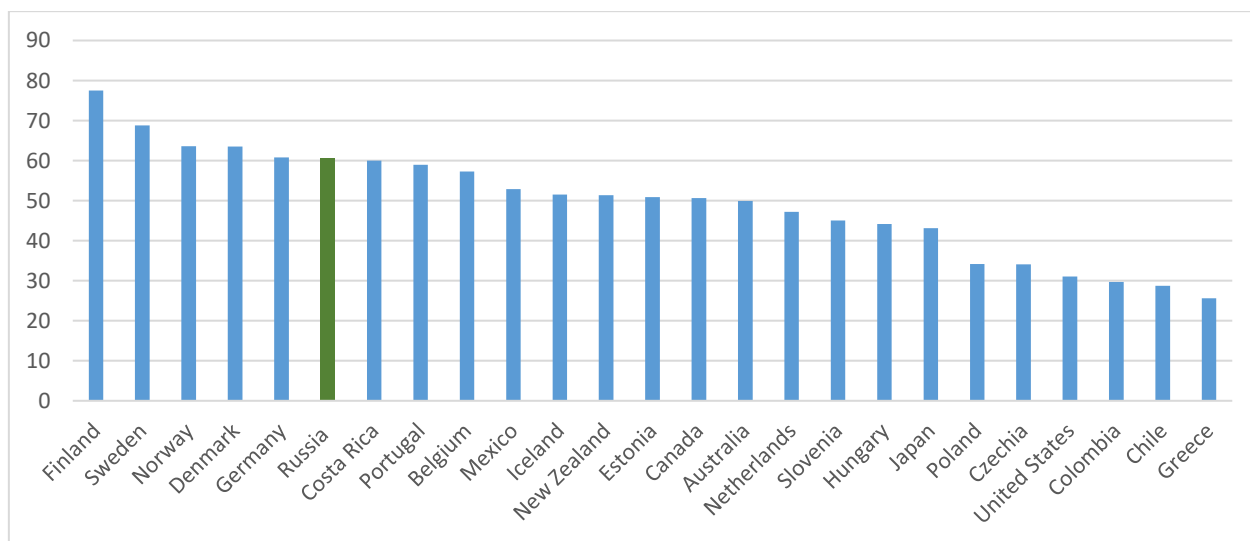


Рисунок 1 – Доверие к правительству в % за 2022 г.

На первый взгляд может показаться, что общественное доверие к правительству России на высоком уровне, в 2024 году этот показатель в пике достигал 74 процента, а значит усилия направлены правильно и нужно продолжать двигаться по этому направлению, но данное ощущение ложное. Прирост общественного доверия

связан началом специальной военной операции и эффектом сплочения [2]. Данный эффект, имеет свойство ослабевать со временем и необходимо прилагать усилия для поддержания уровня общественного доверия.

В критические моменты во время кризисов, действия государства должны быть быстрыми, четкими и понятными гражданам. Примером условно неудачного социального проекта, является вакцинация граждан России от коронавируса.

Россия сделала большой прорыв, разработав вакцину спутник v, 11 августа 2020 года, уже после второй фазы клинических исследований можно было достоверно утверждать, что она эффективна и безопасна. По данным Росстата за 2020 год избыточная смертность составила 150 тысяч человек, а за 2021 500 тысяч человек [5]. Сопротивление общества вакцинации имело значительно выраженный и систематический характер, по данным gogov за все время с начала пандемии привилось 60.1 % населения России [3], когда по данным воз для получения коллективного иммунитета необходимо от 80 до 95 % вакцинированных **[Ошибка! Источник ссылки не найден.]**. В то время ответственными за непопулярные решения, связанные с вакцинацией, были губернаторы по данным statista их рейтинг упал с 67 до 58, а число респондентов без ответа увеличилось в 3 раза (рисунок 2).

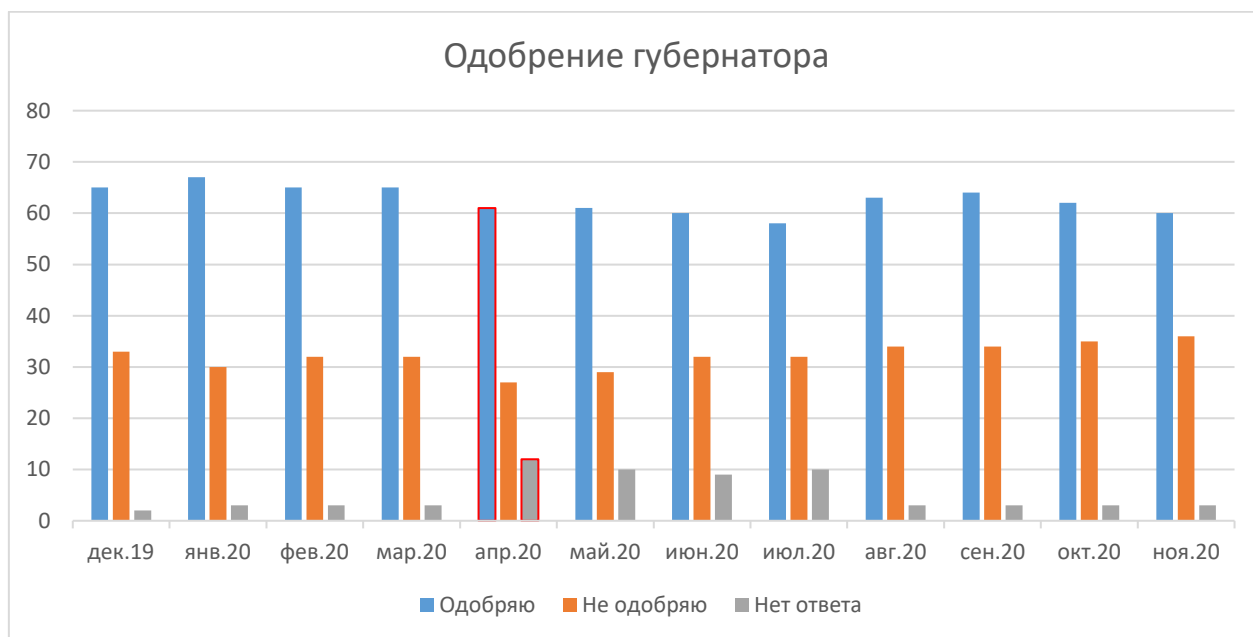


Рисунок 2 – Доверие к губернаторам в % за 2020 г.

Причинами такой реакции граждан могут быть:

1. Противоречивые и изменяющиеся сообщения
2. Сомнения в обоснованности ограничительных мер
3. Проблемы с прозрачностью данных
4. Недостаточная поддержка населения
5. Дезинформация и медийное давление
6. Вакцинация и обязательные меры

Если обобщить у граждан не было социального запроса, они считали коронавирус обычным, неопасным, сезонным гриппом, также были проблемы с открытостью, отчетностью и обратной связью.

Примером удачного социального проекта может быть материнский капитал, данная инициатива широко медийно распространена, она была основана на социальном запросе граждан, она помогает уязвимым группам населения, она подотчетна гражданам, имеет хорошую обратную связь. Опрос ВЦИОМ показал «Большинство россиян так или иначе информированы о праве воспользоваться материальной поддержкой при рождении второго и последующего ребенка (96%). В целом россияне признают эффективность материнского капитала. Так, 64% опрошенных подтверждают, что данная мера стимулирует семьи заводить второго и последующего ребенка. Программа материнского капитала рассчитана только до 2021 года, и абсолютное большинство наших сограждан поддерживают ее продление — 78%.» [6] Такой проект не только выполняет свою основную цель увеличение рождаемости, а также поднимает уровень общественного доверия к правительству.

Второй пример неудачного, со стороны общественного доверия, социального проекта стала пенсионная реформа. Она вызвала значительное общественное недовольство и протесты, что привело к снижению доверия к органам власти. Это — важный аспект, так как благосостояние пенсионной системы зависит не только от экономических показателей, но и от общественного согласия и стабильности. Негативная реакция общества может говорить о недостаточной подготовленности и информированности граждан о целях реформы. «Депутаты Государственной думы от оппозиции (КПРФ+СР+ЛДПР+ГП) подготовили обращение в Конституционный суд с целью признания закона о пенсионной реформе противоречащим п. 2 ст. 55 Конституции РФ, согласно которому в России не должны приниматься законы, которые «отменяют или умаляют права и свободы» граждан» [7] Успех

реформы во многом зависит от её восприятия обществом. Для этого необходимо было бы максимально прозрачно объяснить причины и необходимость повышения пенсионного возраста, а также провести кампанию, рассказывающую о положительных последствиях для экономики и о мерах поддержки. Это могло бы смягчить общественное недовольство и снизить уровень сопротивления реформе. Как показывает опыт Франции и других стран, повышающих пенсионный возраст — это невероятно сложная цель во многом невыполнимая.

Невероятно успешный социальный проект, кардинально поменявший отношение к российской армии. Реформа вооружённых сил (2008 – 2020) оказала значительное влияние на отношение общества к армии. Колоссальный успех с точки зрения общественного доверия подтверждают опросы ВЦИОМ [8,9] (рисунок 3).

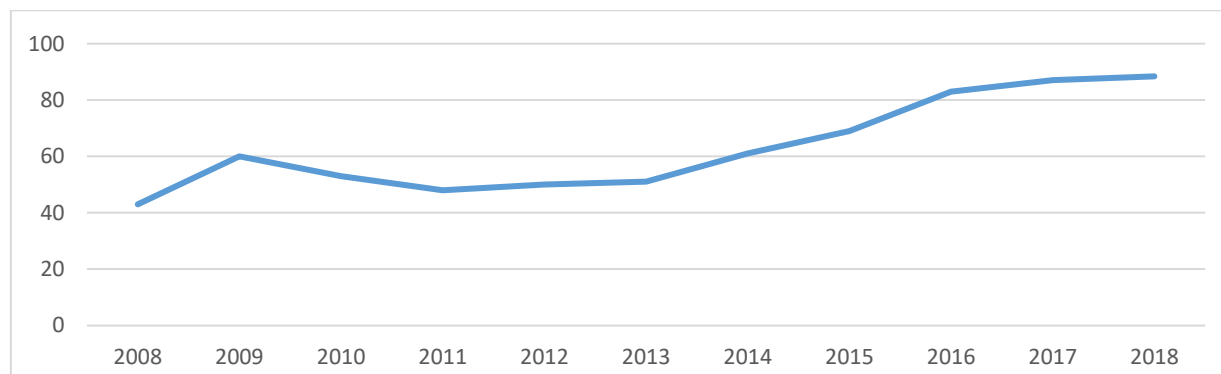


Рисунок 3 – Одобрение деятельности общественных институтов Армия (% респондентов)

До её начала российская армия сталкивалась с критикой, особенно по вопросам призыва и условий службы, уровень общественного доверия был на уровне 40 – 50 %. Но с улучшением боеспособности и условий жизни военных отношение к армии стало меняться. Улучшением социальных условий и увеличением зарплат военная служба начала восприниматься как стабильная и престижная работа. Программа перевода на контрактную основу позволила сократить численность срочников и сделать службу более привлекательной для профессионалов. Усиление боеспособности российской армии, в частности, на фоне обострения международных отношений, сыграло важную роль в укреплении доверия и поддержки со стороны граждан.

В годы реформы возросла роль армии в общественном сознании через медийное освещение её достижений, включая учения, парады, и специализированные соревнования, например танковый биатлон. Это способствовало популяризации и изменению образа армии в глазах молодёжи, что стало значительным культурным сдвигом. Уровень общественного доверия в 2018 году достиг рекордных 88 процентов.

Таким образом, ключевыми принципами успешного социального проекта являются:

- Прозрачность действий и принятия решений,
- Чёткая коммуникация с обществом,
- Учет реальных потребностей и запросов населения,
- Социальная ответственность и подотчётность.

При соблюдении этих принципов можно гарантировать, что социальный проект окажет положительное влияние на общественное доверие и будет способствовать устойчивому развитию страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Результаты социологического опроса Аналитического центра «ODEC» [Электронный ресурс] URL: <https://www.oecd.org/en/data/indicators/trust-in-government.html?oecdcontrol-3122613a85-var3=2022>
2. The "Rally-'Round-the-Flag" Phenomenon and the Diversionary Use of Force by Shoon Murray June 2017 [Электронный ресурс] URL: https://www.researchgate.net/publication/318240167_The_Rally-%27Round-the-Flag_Phenomenon_and_the_Diversionary_Use_of_Force
3. Статистика вакцинации от коронавируса [Электронный ресурс] URL: <https://gogov.ru/articles/covid-v-stats>
4. Вопросы и ответы: коллективный иммунитет, меры самоизоляции и COVID-19 [Электронный ресурс] URL: <https://www.who.int/ru/news-room/questions-and-answers/item/herd-immunity-lockdowns-and-covid-19>
5. Смертность среди больных COVID-19 в России за год превысила 500 тыс. [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/society/28/01/2022/61f419dd9a79479898e05026>
6. ВЦИОМ Материнский капитал: больше, выше, сильнее [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/materinskij-kapital-bolshe-vyshe-silnee>
7. Коммерсантъ В Думе собрали подписи для «пенсионного» обращения в КС [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3820463>
8. ВЦИОМ Государственные и общественные институты: оценки деятельности 2007 - 2014 [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/gosudarstvennye-i-obshchestvennye-instituty-ocenki-deyatelnosti-2>

9. ВЦИОМ Государственные и общественные институты: оценки деятельности 2014 – 2018 [Электронный ресурс] URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/gosudarstvennye-i-obshchestvennye-instituty-ocenki-deyatelnosti>

Krayighin Igor Markovich,

master's degree,

department of marketing,

Institute of Economics and Management,

Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education “Ural Federal University named after First President of Russia B.N. Yeltsin

Ekaterinburg, Russian Federation

Ilysheva Marina Anatolievna,

candidate of economic sciences, associate professor,

department of marketing,

Institute of Economics and Management,

Federal State Educational Institution of Higher Education “Ural Federal University named after First President of Russia B.N. Yeltsin”

Ekaterinburg, Russian Federation

SOCIAL PROJECTS AS A TOOL FOR INCREASING CITIZENS TRUST IN INSTITUTIONS

Abstract:

The article considers the phenomenon of citizens' trust in public institutions, which is a significant aspect of modern social and political life. The article analyzes successful and unsuccessful state social projects, identifies the principles that can significantly influence the success of projects in terms of increasing public trust.

Keywords:

Social project, “trust index”, public institutions, politics, sociology, marketing.