

Ю.В. Баталова**Yu. Batalova****ЦЕННОСТИ РОССИЙСКИХ
НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ
НЕКОММЕРЧЕСКИХ
ОРГАНИЗАЦИЙ****VALUES OF RUSSIAN
NON-GOVERNMENTAL
NON-PROFIT
ORGANIZATIONS****Аннотация**

В контексте проблематики конструктивизации социально-политического потенциала российского гражданского общества анализируются ценности представителей отечественного сектора негосударственных некоммерческих организаций (далее – ННКО).

Цель исследования – выявить различия «ценностных профилей» современных российских обывателей и представителей ННКО, особое внимание уделив характеристике особенностей ценностных ориентиров представителей третьего сектора и их мотивации сотрудничать с властью в вопросах инициирования и реализации социально-политических инициатив.

Методы исследования: сравнительный анализ, диагностика ценностей по методике Ш. Шварца, метод фокус – группы, глубинное интервью, теория поколений.

Ценностный профиль представителей ННКО имеет сходства и отличия от ценностного профиля российских обывателей. Сходства: ориентация на открытость к изменениям, активность. Различия: склонность к альтруизму, менее выраженное стремление к гедонизму и индивидуализму среди предпочитаемых ценностей. Исследование методом фокус-группы и глубинного интервью позволило выявить ряд особенностей «ценностного поля» представителей российского ННКО-сектора. Среди этих особенностей: недостаточная четкость представления волонтеров ННКО (особенно молодого поколения) о некоторых традиционных ценностях российской государственности; убеждение в том, что ННКО оказывают влияние на политическую сферу; суждения о недостаточности доверия вла-

Abstract

In the context of the issues of constructivization of the socio-political potential of Russian civil society, the values of representatives of the domestic sector of non-governmental non-profit organizations (hereinafter - NPOs) are analyzed. The purpose of the study is to identify differences between the "value profiles" of modern Russian citizens and representatives of NGOs, paying special attention to the characteristics of the value orientations of representatives of the third sector and their motivation to cooperate with the authorities in the initiation and implementation of socio-political initiatives. Research methods: comparative analysis, diagnosis of values according to the method of Sh. Schwartz, focus group method, in-depth interview, generational theory. Results: the value profile of NGO representatives has similarities and differences from the value profile of Russian citizens. Similarities: orientation towards openness to change, activity. Differences: a tendency towards altruism, a less pronounced desire for hedonism and individualism among the preferred values. A focus group and in-depth interview study revealed a number of features of the "value field" of representatives of the Russian NGO sector. Among these features: lack of clarity among NGO volunteers (especially the younger generation) about some of the traditional values of Russian statehood; the belief that NGOs have an impact on the political sphere; judgments about the lack of trust of the authorities in NGOs in terms of allowing these organizations into the field of public policy; assessment of current government policy as insufficiently strategic in terms of incentives constructive socio-political initiatives of the NGO.

сти к ННКО в аспекте допуска этих организаций в сферу публичной политики; оценка текущей государственной политики как недостаточно стратегичной в аспекте стимулирования конструктивных социально-политических инициатив ННКО.

Выявленные особенности менталитета представителей ННКО дают основание для предположения о целесообразности воздействия государства на их ценности в аспектах: «подтягивания» менталитета лидеров, сотрудников и волонтеров общественных организаций к единым ценностям российской государственности и единообразному толкованию этих ценностей; развитие мотивации представителей ННКО-сектора добровольно и последовательно придерживаться этих ценностей; стимулирование государством политико-правовых практик конструктивной реализации ННКО социально-политического функционала.

Conclusions: the identified features of the mentality of representatives of NGOs give grounds to assume that the state should influence their values in the following aspects: "tightening" the mentality of leaders, employees and volunteers of public organizations to the common values of Russian statehood and a uniform interpretation of these values; development of motivation of representatives of the NGO sector to voluntarily and consistently adhere to these values; state stimulation of political and legal practices for the constructive implementation of non-governmental organizations of socio-political functionality.

Ключевые слова:

негосударственные некоммерческие организации, конструктивные гражданские инициативы, гражданское общество, взаимодействие власти и негосударственных некоммерческих организаций, управление по ценностям.

Key words:

non-governmental non-profit organizations, constructive civil initiatives, civil society, interaction between government and non-governmental non-profit organizations, values management.

<https://doi.org/10.24412/2227-1538-2025-1-173-196>

Содействие развитию социально ориентированных некоммерческих организаций является одной из задач долгосрочного социально-экономического развития России. Для решения этой задачи, на сегодняшний день сделано многое. Весомую государственную поддержку получают НКО-поставщики социальных услуг. АНО «Фонд президентских грантов по развитию гражданского общества» (далее: ФПГ) начиная с 2017 года ежегодно распределяет миллиарды рублей на реализацию проектных инициатив организаций третьего сектора. На региональном и муниципальном уровнях действует и развивается инфраструктура государственной поддержки ННКО. Однако эта поддержка ориентирована, прежде всего, на развитие социально-экономической составляющей деятельности третьего сектора. Меры стимулирования политических аспектов статуса ННКО как института гражданского общества, способного влиять на общественное мнение, взаимодействовать с представителями публичной власти в рамках действующих норм, привлекать общественность к решению общественно

важных проблем, не получили пока системного, методологически и концептуально продуманного содержания.

Сегодня все больше представителей российского некоммерческого сектора определяют свою деятельность как «вид социального предпринимательства». Это не может не отразиться на мотивах их деятельности. Необходимость приоритетного решения задач совершенствования технологий оказания услуг, развития навыков грантрайтинга способна отодвинуть на второй план потребность реализации миссии ННКО как социально-политического института (подразумевая под политикой «искусство жить вместе»).

Вместе с тем в условиях возрастания необходимости обеспечения политической безопасности нашего государства качество реализации ННКО функции политического института во многом будет зависеть от того, насколько ценностные ориентиры его представителей и добровольцев будут соответствовать традиционным ценностям российской государственности, определенным в Указе Президента России от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей».

Запрос на определение и артикуляцию ценностных ориентиров весьма актуален для российского сектора ННКО. Применительно к периоду начала – середины 2010-х гг. исследователи отмечали противоречивость характера гражданской активности россиян и их объединений, считая это следствием антинимичной, «расколотов» политической культуры с противоположными ценностями, целями, установками (Ревная, 2024). Социально-политическая активность российской общественности характеризовалась как «парадоксальная», «активность без идеала или инструментальный активизм, направленный на достижение непосредственных целей» (Страдзе, 2013а). Отмечалось, что, с одной стороны, «точечный» характер деятельности граждан и ННКО часто порождает инициативы «одного требования», не ориентированные на получение долгосрочного значимого результата; с другой стороны, ННКО, сосредоточенные на решении актуальных проблем социальных групп, «бьются за себя и свои интересы в одиночку», не создавая горизонтальных ассоциативных сообществ (Федотова, 2024а). Выявлялась также проблема «формирования набора деструктивных практик в сегменте ННКО» (Страдзе, 2013b).

Учитывая долгосрочный характер динамики социально-политических процессов, связанных с развитием властно-общественного взаимодействия, логично предположить, что выявленная в 2010-х гг. проблема неосознанности смысла, культурно-ценностного содержания гражданской активности при несомненной предрасположенности россиян и их объединений к социально-политической деятельности не вполне преодолена и сегодня.

Изложенные и раскрытые в упомянутом выше Указе Президента РФ ценности российской государственности устойчиво воспроизводятся в наци-

ональной истории, политической культуре, системе властно-общественного взаимодействия, и потому должны стать критическим ресурсом конструктивизации гражданских инициатив ННКО, приобретая, таким образом, публичный, разделяемый всеми представителями гражданского общества характер.

Для этого в качестве исходного элемента и приоритетной задачи деятельности государства в области стимулирования и поддержки конструктивных гражданских инициатив ННКО целесообразно реализовать управление по ценностям третьего сектора.

Управление по ценностям – это эффективный инструмент современного менеджмента. В сфере корпоративного управления управление по ценностям служит перспективной альтернативой целевому менеджменту, давно и успешно применяется в целях укрепления и развития корпоративной культуры, достижения разделяемого видения развития организации (Witesman et al., 2023a).

В государственной сфере управление по ценностям также весьма востребовано в аспекте обеспечения срабатываемости и повышения эффективности управленческих команд, повышения уровня доверия общества к власти (van Gestel et al., 2023).

Идея масштабного внедрения управления по ценностям в систему публичного управления стала набирать популярность на Западе на фоне критики концепции «New Public Management», распространения идей об аксиологической сущности государственного управления (Jo, S. & Meier, K.J., 2024).

Применительно к современной России необходимость масштабного внедрения аксиологических методов публичного воздействия аргументируется, во-первых, признанием значимости ценностей как социального регулятора поведения российских граждан; во-вторых, пониманием открывающихся новых возможностей повышения качества государственного управления при использовании регулятивного потенциала ценностных ориентаций; в третьих, необходимостью создания механизма формирования публичных ценностных предпочтений у большинства россиян (Пушкарева, 2018). К этим доводам необходимо добавить отсутствие у России резерва времени в связи с постоянным ускорением политических процессов при их усложнении на современном этапе постиндустриального развития, а также все возрастающей необходимостью обеспечения национальной, в том числе политической, безопасности.

В отношении сектора ННКО внедрение управления по ценностям представляется не просто актуальным инструментом, но и первостепенным шагом профильной государственной политики по следующим причинам.

Во-первых, российские ННКО являются активными агентами распространения социально-политических идей и ценностей, действенными институтами приобщения граждан к социально-политической активности (Клюс, Гужеля, 2023). Вместе с тем лидерам и сотрудникам ННКО, а также волонте-

рам как представителям авангарда гражданского общества в той и или иной степени свойственны либеральные ценности. Важно, чтобы эти ценности в политическом сознании представителей третьего сектора не переходили в деструктивные (т.е. направленные на изменение основ российской государственности), а сочетались с идеями сильного государства, способного гарантировать и защитить права и суверенитет своих граждан в современных условиях.

Во-вторых, управление по ценностям относится к «мягким» инструментам воздействия, поскольку предполагает соучастие объекта в созидании ценностей. В условиях преобладания характерного для современного постмодернистского общества ценностного субъективизма, деятельностной и региональной разнородности ННКО (и, соответственно, высокой степени разнородности менталитета представителей третьего сектора), динамизма и высокой степени неопределенности их идеалов, идей и целей, управление по ценностям предстает как эффективный инструмент воздействия с сильной обратной связью, позволяющий власти «своевременно улавливать тенденции развития общественных процессов и производить коррекцию управленческих решений, а населению влиять на формирование «повестки дня» и процесс принятия управленческих решений, участвовать в решении социально значимых проблем и контролировать качество их решения» (Сморгунов, 2022). Именно в результате масштабного рабочего властно-общественного диалога формулируются и упорядочиваются личные ценности, а также артикулируются так называемые публичные ценности. К последним относят ценности, которые «обеспечивают нормативный консенсус относительно прав, льгот и прерогатив, которыми должны обладать граждане; обязательств граждан перед обществом, государством и другим человеком; принципов, на которых должна основываться деятельность политиков и правительства» (Федотова, 2024b).

Изложенное предопределяет приоритетность выбора тех инструментов диагностики ценностей ННКО, которые: предполагают объективное исследование по выявлению ценностей ННКО с применением количественных и качественных методик; не ставят своей задачей осознанное разделение и противопоставление личных и коллективных ценностей; позволяют испытуемым понять разницу между желаемыми и текущими ценностями; основаны на сравнении ценностей российской государственности с ценностями иных цивилизаций, в частности, западно-европейской и американской; не предусматривают агрессивных, «жестких» социальных технологий менеджмента по ценностям.

Современная наука располагает солидным инструментарием диагностики ценностей (Piatak & Jensen, 2024). Однако вопрос выбора методов диагностики является дискуссионным. Несмотря на убеждение некоторых исследователей в том, что идентификация и измерение коллективных ценно-

стей в корпорации невозможна в принципе (Meynhardt, 2021), попытки выявить ценностные установки отдельной организации (либо организаций, имеющих схожие характеристики) часто предпринимаются в профильных эмпирических исследованиях. К количественному инструментарию выявления ценностей относятся: структурный контент-анализ, закрытые интервью с последующей количественной их обработкой (чаще всего при помощи шкалирования). Не менее востребованы качественные методы диагностики корпоративных ценностей: написание эссе типа «автобиография будущего», в котором испытуемые самостоятельно формулируют «свой» список организационных заповедей; качественный контент-анализ большого массива текстов испытуемых (деловой переписки, интервью, выступлений, авторских работ, высказываний и публикаций в средствах массовой информации и интернете и т.д.) Основанные на комбинированном использовании количественных и качественных методов авторские инструменты диагностики ценностей, как правило, являются «интеллектуальной собственностью» и реализуются в ходе тренингов с применением рефлексии, создания желаемого образа, проведением серии совместных деловых игр, направленных на снижение конфликтности, распределение ролей и определение места лидера группы. Все эти социально-психологические методики имеют цель «подтянуть» менталитет участников к единым желаемым ценностям, подчинить особенное общему, а не наоборот. Таким образом, первоочередная задача управления по ценностям – мотивировать каждого добровольно и последовательно придерживаться общих ценностей для данной социальной группы.

Дискуссионным аспектом диагностики ценностей является также вопрос их соответствия определенному типу культуры.

Применительно к корпорациям и организациям государственного сектора экономики используется ряд методик диагностики общих ценностей, апробированных в конце XX – начале XXI вв. (Bozeman & Sarewitz, 2011). Авторы этих методик допускают, что определенному типу корпоративной культуры соответствует определенный набор ценностей (Yazici & Öztirak, 2023). Респондентам предлагается сформированный случайным образом перечень установок, присущих различным типам организационных культур. Испытуемые должны выбрать те ценности, которые, по их мнению, в наибольшей степени присущи их корпорации, а также перечень «желаемых» корпоративных ценностей. В результате формируется список ценностных предпочтений сотрудников. На этом основании делается вывод о принадлежности организации к определенному типу культуры, о наличии и степени ценностного конфликта между организацией и ее работниками.

Культурологический подход широко применяется при диагностике ценностных установок представителей различных групп стран, культур, цивилизаций (Lönnqvist & Ilmarinen, 2024). Так, культурно-ценностный подход был использован при обосновании взаимосвязи социально-политических

ценностей и демократизации в начале 2000-х гг. Р. Инглхарт и У. Бэйкером, которые анализировали данные об экономическом и политическом развитии 65 стран мира (Baker & Inglehart, 2020).

Наиболее известна методика диагностики ценностей Ш. Шварца, в рамках которой ценностями являются «желаемые, выходящие за рамки конкретных ситуаций цели, которые отличаются друг от друга с точки зрения значимости и являются определяющими принципами в жизни человека» (Schwartz, 1992). Эта методика с 2001 года составляет основу многолетнего сравнительного сопоставления установок, взглядов, ценностей и поведения населения стран Европы. С 2006 года данный проект реализуется и в России лабораторией сравнительных исследований массового сознания НИУ ВШЭ¹. Помимо этого, отечественными учеными культурно-ценностный подход диагностики ценностей россиян на основе методики Ш. Шварца применяется в социально-групповом либо региональном аспектах (Борисова, Воронова, 2015).

Так, В. Магун и М. Руднев приходят к выводу о ментальной близости современных россиян с жителями постсоциалистических европейских стран: идеи сильного государства (консерватизм, осторожность, приверженность авторитету, подчинение) превалируют над идеалами свободы и демократии (открытость изменениям, смелость, инициативность, готовность к переменам). Вместе с тем, с 2006 по 2016 гг. отмечена тенденция роста приспособляемости, адаптируемости россиян к изменениям в сочетании с усилением индивидуалистических ценностей (забота о себе, своей семье). Таким образом, ориентация современного россиянина на ценности «умеренно-консервативного эгоиста» несколько расходится с текущим запросом государства на преобладание альтруистических ценностей над индивидуалистическими (Магун, 2023).

Результаты исследования ценностей представителей отдельных социальных групп или регионов России в целом коррелируют с выводами вышеприведенного исследования. Однако опрос сотрудников ННКО по методике Ш. Шварца поможет выявить некоторые «особенные» качества их социально-политического менталитета, обусловленные спецификой работы в секторе (низкий по сравнению с другими отраслями экономики уровень заработной платы, активная жизненная позиция, высокий уровень социальной активности и т.д.)

В статье приводятся результаты панельного интернет-анкетирования 500 сотрудников ННКО / волонтеров, а также граждан России, участвовавших в секторе ННКО на условиях штатной работы, совместительства либо почасовой оплаты труда из 12 субъектов Российской Федерации. Из числа опрошенных: 127 человек с 17 до 21 года; 123 человека – с 22 до 35 лет;

¹ Лаборатория сравнительных исследований массового сознания НИУ ВШЭ. <https://www.hse.ru/org/hse/expert/massconsc/ess>

122 человека – с 36 до 59 лет; 128 человек – старше 60 лет. Исследование проводилось с 01 сентября 2024 по 01 октября 2024 гг.

Анкетный опрос необходимо дополнить качественными методами (глубинные интервью, фокус-группы). Это позволит повысить валидность исследования в аспектах: уточнения политических ценностей респондентов, специфики восприятия ими умеренно-консервативных ценностей российской государственности, отношения к проводимой современной российской властью политикой укрепления этих ценностей.

В проведенном автором исследовании 15 октября 2024 года методом фокус-группы на тему «Развитие социально-политического конструктивного потенциала общественности в современной России: взгляд ННКО» участвовало 10 респондентов, которым предлагалось ответить на тематические вопросы, а затем внести свой вклад в дискуссию, посвященную проблеме конструктивизации социально-политических инициатив ННКО в нашей стране.

Следуя методике Ш. Шварца, для каждой группы испытуемых на уровне нормативных идеалов и на уровне индивидуальных приоритетов был подсчитан средний балл для каждого из 10 типов ценностей. Результаты представлены в таблицах 1 и 2. Средние показатели позволяют судить о соотношении значимости ценностей в разных группах испытуемых.

Таблица 1. Ценностные ориентиры опрошенных представителей ННКО России

Типы ценностей	Средние показатели значимости типов ценностей с учетом возрастного диапазона опрошенных				
	17 - 21 год	22 - 35 лет	36 - 59 лет	60 лет и старше	По всей выборке в целом
Власть	3,22	3,99	4,2	3,5	3,73
Достижение	4,76	4,76	5,04	4,48	4,76
Самостоятельность	3,99	6,02	4,69	3,78	4,62
Гедонизм	3,99	4,32	3,43	3,64	3,85
Стимуляция	5,32	4,34	4,06	3,64	4,34
Универсализм	5,74	6,23	4,76	4,13	5,22
Доброта	5,81	3,83	5,39	4,2	4,81
Безопасность	3,6	6,02	5,81	5,81	5,31
Традиция	3,39	3,01	3,13	3,28	3,2
Конформность	3,5	3,27	3,32	3,29	3,45

Таблица 2. Ценностные мотивы в поведении опрошенных представителей ННКО России

Типы ценностей	Средние показатели значимости типов ценностей с учетом возрастного диапазона опрошенных				
	17 - 21 год	22 - 35 лет	36 - 59 лет	60 лет и старше	По всей выборке в целом
Власть	1	0	3	-1	0,75
Достижение	2	3	2	1	5,75
Самостоятельность	2	4	2	-1	1,75
Гедонизм	2	2	2	2	2
Стимуляция	3	2	2	1	2
Универсализм	2	4	3	2	2,75
Доброта	3	2	3	1	2,25
Безопасность	2	2	2	3	2,25
Традиция	0	-1	1	0	0
Конформность	1	-1	2	2	1,5

Как можно увидеть из данных таблицы 1, ценностные приоритеты в сознании сотрудников ННКО и волонтеров существенно разнятся в зависимости от их возраста. Для молодых представителей ННКО (до 21 года) приоритетными являются ценности: «достижение», «стимуляция», «универсализм», «доброта». Это характеризует представителей ННКО младшей возрастной группы как добрых, заботящихся об окружающих людях и окружающей среде, любознательных и впечатлительных людей с высокой эмпатией. Самые молодые представители ННКО –сектора стремятся к достижению успеха и признанию общественностью, остро реагируют на общественное мнение, достаточно послушны, вежливы, уважительны по отношению к старшим, самодисциплинированы (о чем свидетельствует высокое значение ценности «конформность» у опрошенных). В то же время молодежи третьего сектора не свойственны желание доминировать над остальными и быть самостоятельными, не слишком важны традиционные устои и нормы. Перечисленные ценности достаточно четко выражены в поведении представителей ННКО до 21 года (табл. 2).

Представители ННКО в возрасте 22-35 лет, как и их более младшие коллеги, стремятся достичь успеха и уважения со стороны окружающих, эмоциональны и сопричастны. Для них безусловную ценность имеет защита интересов и улучшение положения отдельных членов общества (исходя из специфики работы в ННКО, речь идет об улучшении уровня и качества жизни целевых социальных групп). Данную ценность сотрудники ННКО 22-34 лет последовательно реализуют в своем поведении (табл. 2). Вместе с тем в отличие от более молодых коллег, представители сектора ННКО 22-34 лет более самосто-

ательны и не желают зависеть от общественных стереотипов, правил и норм, хотя далеко не всегда следуют этой установке в своем поведении (см. табл. 1, 2). Уважение к традициям у опрошенных данной возрастной группы заняло последнюю позицию в рейтинге ценностей. Отличительными ценностными приоритетами опрошенных представителей ННКО 22-34 лет является стремление к безопасности (общественной и личной) и довольно сильное желание получать от жизни удовольствие (гедонизм). Обе эти ценности достаточно последовательно проявляются на уровне поведенческих установок.

Для сотрудников и волонтеров ННКО в возрасте 36-59 лет многие ценностные ориентиры из опросника Ш. Шварца оказались значимыми. Однако сочетание в качестве приоритетов ценностей достижения, доброты и безопасности (см. табл. 1) позволяет охарактеризовать представителей этой возрастной группы как уверенных в своих силах личностей умеренно консервативного толка. Как и представители более младших возрастных групп – сотрудников ННКО, эти люди глубоко сочувствуют другим, проявляют доброту, ответственность за состояние окружающей их среды. Самую высокую оценку из всех возрастных групп опрошенных получили у 36-59-летних представителей ННКО ценности «власть» и «достижение», что позволяет судить о сотрудниках этого возраста как об амбициозных, целеустремленных личностях, которые не только желают сохранить свой социальный статус, но и готовы постоянно совершенствовать себя и окружающий мир.

Опрос представителей третьего сектора в возрасте 60 лет и старше показал, что их основными ценностными приоритетами являются: достижение, универсализм, доброта и безопасность (табл. 1). Стремление к безопасности при этом явно выражается в поведенческой ориентации (табл. 2). Это позволяет охарактеризовать опрошенных представителей старшей возрастной группы третьего сектора как целеустремленных, уравновешенных, ориентированных на стабильное развитие государства и общество людей, обладающих высокой эмпатией. В отличие от более молодых представителей третьего сектора, они не питают выраженных лидерских амбиций.

Усредненный ценностный профиль представителей российских ННКО можно увидеть, анализируя данные шестого столбца табл. 1.

Доминирование ценностей достижения, самостоятельности, универсализма и доброты характеризуют опрошенных как социально активных, отзывчивых, альтруистичных, ориентированных на целедостижение людей.

Сочетание низких показателей по ценностям конформности и безопасности с низкой оценкой степени значимости ценности «традиции» может свидетельствовать о неуверенности опрошенных представителей третьего сектора в завтрашнем дне.

Для сопоставления ценностного профиля представителей ННКО с гражданами России, не участвующими в деятельности третьего сектора, в рамках данного исследования путем интернет-анкетирования было опрошено 500

россиян, не имевших опыта работы в ННКО и не участвовавших в волонтерской деятельности, в том числе: 126 человек с 17 до 21 года; 124 человека – с 22 до 35 лет; 127 человек – с 36 до 59 лет; 123 человека – старше 60 лет.

Для каждой группы испытуемых на уровне нормативных идеалов и на уровне индивидуальных приоритетов был подсчитан средний балл по каждой из 10 типов ценностей. Результаты представлены в таблицах 3 и 4. Средние показатели позволяют судить о соотношении значимости ценностей в разных группах испытуемых.

Таблица 3. Ценностные ориентиры опрошенных российских граждан, не являющихся представителями ННКО

Типы ценностей	Средние показатели значимости типов ценностей с учетом возрастного диапазона опрошенных				
	17 - 21 год	22 - 35 лет	36 - 59 лет	60 лет и старше	По всей выборке
Власть	2,45	3,92	5,74	3,31	3,86
Достижение	3,26	3,6	3,21	3,21	3,32
Самостоятельность	3,21	4,01	5,6	3,32	4,04
Гедонизм	5,99	4,92	4,69	3,91	4,88
Стимуляция	4,69	4,59	4,06	3,27	4,18
Универсализм	3,23	3,02	2,06	2,41	2,68
Доброта	4,67	3,95	3,57	4,27	4,12
Безопасность	2,9	3,1	3,39	3,96	3,34
Традиция	2,39	2,92	3,47	4,01	3,2
Конформность	3,69	3,27	3,36	3,22	3,39

Таблица 4. Ценностные мотивы в поведении опрошенных российских граждан, не являющихся представителями ННКО

Типы ценностей	Средние показатели значимости типов ценностей с учетом возрастного диапазона опрошенных				
	17 - 21 год	22 - 35 лет	36 - 59 лет	60 лет и старше	По всей выборке
Власть	0	3	2	0	1,25
Достижение	2	2	1	1	1,5
Самостоятельность	1	3	2	0	1,5
Гедонизм	4	4	3	2	3,25
Стимуляция	3	3	3	2	2,75
Универсализм	2	2	3	1	2
Доброта	3	2	2	2	2,25
Безопасность	2	3	3	3	2,75
Традиция	0	0	2	2	1
Конформность	3	0	1	2	1,5

Из данных таблиц 3 и 4 можно заключить, что возраст играет существенную роль в дифференциации ценностей россиян, так же, как и представителей ННКО.

Российская молодежь в возрасте до 21 года ориентирована в своем сознании и поведении на ценности гедонизма, доброты, стимуляции, что позволяет охарактеризовать их как достаточно амбициозных индивидуалистов, одновременно с большой долей эмпатии относящихся к окружающему миру. Высокие рейтинговые показатели по ценностным ориентациям «стимуляция» и «комфортность» позволяют сделать вывод о некоторой социальной пассивности на уровне сознания у опрошенной российской молодежи.

Молодежь старшей возрастной группы (22-35 лет) в большей степени нацелена на достижение и завоевание уважения окружающих, повышение своего социального статуса (об этом свидетельствуют достаточно высокие показатели по критериям «достижение», «самостоятельность»). Безусловную ценность для них имеет получение удовольствия от жизни, а также стремление получать новые, свежие впечатления, приобретать новый жизненный опыт (за эти аспекты ценностного профиля отвечают ценности «гедонизм», «стимуляция»). Соотношение результатов опроса по ценностям «комфортность», «безопасность» и «традиция» дает основание охарактеризовать российскую молодежь старшего возраста как людей, не слишком рассчитывающих на государство в аспекте обеспечения безопасности и не ставящих традиции, обычаи на первый план. Соотношение оценок по критериям «доброта» и «универсализм» среди россиян 22-35 лет позволяет сделать вывод о доминировании мотивов заботы о ближних (родственников, друзьях) над мотивами заботы о дальних (незнакомых) представителях общества.

У опрошенных россиян среднего возраста (36-59 лет) наиболее выражены ценности индивидуализма («власть», «самостоятельность», «гедонизм», «стимуляция»). Это доброжелательные люди, ориентированные на обеспечение безопасности для своих ближних и прислушивающиеся к мнению окружающих.

Наиболее значимыми ценностями для старшего поколения опрошенных россиян стали «гедонизм», «традиция», «безопасность» и «доброта». Это позволяет отнести их к смешанному ценностному типу людей, для которых характерен баланс между активным и пассивным индивидуализмом, а также довольно высокий уровень ожиданий от государства в аспектах обеспечения безопасности, сохранения социальной стабильности. Вместе с тем в поведенческих мотивах ценности традиций и конформности не явились приоритетными, что может свидетельствовать о том, что эти ценности воспроизводятся, в первую очередь, на уровне сознания, но не поведения россиян.

Усредненный профиль ценностей представителя современного российского общества можно составить по результатам анализа средней арифметической (шестые столбцы табл. 3 и 4).

Полученные результаты в целом совпадают с выводами, сделанными В.С. Магуном в результате изучения ценностей россиян в динамике с 2006 по 2021 гг. (Магун, 2023). По состоянию на 2021 г. исследователь отмечает высокую значимость у россиян ценностей активного индивидуализма (риск новизны, гедонизма и самостоятельности) и ценности благожелательности (заботы о близких) одновременно с низкой значимостью ценности универсализма, маркирующей важность заботы о дальних (незнакомых) людях. Замеченная В. Магуном тенденция снижения значимости ценностей безопасности и конформности также подтверждается результатами настоящего исследования. Присутствуя в сознании россиян, эти ценности в гораздо меньшей степени мотивируют их поведение.

На рисунке 1 приводятся результаты сопоставления усредненного ценностного профиля представителей ННКО и россиян, не задействованных в третьем секторе.



Рисунок 1 – Сопоставление ценностей представителей ННКО и россиян, не задействованных в третьем секторе (на основе опроса по методике ценностей Ш. Шварца)

Сравнивая ценностные «портреты» опрошенных представителей обеих групп по методике ценностной системы Ш. Шварца (круг ценностных типов Ш. Шварца), можно отметить следующее.

И рядовым гражданам, и представителям ННКО практически в одинаковой мере свойственны ценности открытости изменениям (самостоятельность и стимуляция).

Представители третьего сектора, в отличие от обычных граждан, более альтруистичны, настроены заботиться и поддерживать не только близких, но и не знакомых им лично людей из определенных социальных групп (об этом свидетельствуют более высокие значения для сотрудников ННКО ценностей универсализма и доброты и существенно заниженная ценность гедонизма). Впрочем, данное отличие объяснимо, поскольку высокий уровень сопричастности, сопереживания является ключевым мотиватором деятельности социально активных представителей ННКО.

Повышенный в сравнении с обычными гражданами интерес к ценностям безопасности со стороны сотрудников ННКО может объясняться следующим обстоятельством. Большинство работников и волонтеров третьего сектора сегодня проявляют инициативу в поддержку специальной военной операции на территории Украины. Работая с пострадавшими людьми или содействуя сбору гуманитарной помощи, сотрудники ННКО непосредственно наблюдают за социальными группами, вовлеченными в конфликт. Этим объясняется повышение ценности общественной и государственной безопасности в их глазах.

Практически полное совпадение ценностного профиля сотрудников ННКО с обычными россиянами по критериям «традиция» и «комфортность» может быть объяснено следующими факторами.

Первый фактор является общим для представителей ННКО-сектора и рядовых граждан и состоит в недостаточной эффективности, проводимой в России с 2014 г. политики неоконсервативного поворота, которая предполагает активное внедрение идеала «государственного человека» (Григорьева *et al.*, 2014). По результатам исследований, на нач. 2020-х гг. «более сильными оказались социальные, культурные и экономические влияния, действовавшие в противоположном направлении и заданные демократическими и рыночными преобразованиями конца 1980-х – нач. 1990-х гг. и обеспечившие движение ценностей россиян в сторону роста личной активности (риска-новизны и гедонизма) и снижения ценностей безопасности и конформности, выражающих зависимость от внешней защиты и регуляции» (Магун, 2023).

Второй фактор специфичен для российского третьего сектора, поскольку заключается в изменении приоритетов государственной политики в сфере поддержки и развития НКО. Завершение с 2016 года финансирования федеральной целевой программы поддержки третьего сектора, ориентация государства на приоритетную поддержку НКО-поставщиков социальных услуг, «издержки» политики ФПГ в вопросах организации конкурсов соци-

альных проектов, кризис мер поддержки социально ориентированных ННКО во время пандемии, а также возросшая дискреция власти при толковании сущности и характера «политического» влияния в деятельности ННКО – все это означало для большинства ННКО снижение вероятности получения реальной господдержки, сокращение возможностей взаимодействия с государством по поводу инициирования социально-политических инициатив, ориентацию на технологизацию подготовки проектных заявок. Все это не могло не способствовать смещению ценностных ориентаций представителей ННКО в сторону рационального индивидуализма.

Для более глубинного исследования специфики ценностных ориентиров сотрудников негосударственного некоммерческого сектора и их мотивации сотрудничать с властью в вопросах инициирования и реализации проектных гражданских инициатив в октябре 2024 года в формате фокус-группы было проведено исследование 12 сотрудников и волонтеров ННКО. Среди опрошенных: по три представителя из четырех возрастных групп: от 17 до 21 года, от 22 до 34 лет, от 35 до 59 лет, от 60 лет и старше.

Размышляя о сущности конструктивной гражданской инициативы, большинство из них выделило в качестве ее признаков: взаимодействие с органами публичной власти и управления (12 человек); соответствие инициативы основам конституционного строя (10 человек); не запрещенные законом формы и технологии (10 человек). Соответствие ценностям национальной государственности в качестве значимого признака конструктивной гражданской инициативы отметили все опрошенные, а непротиворечивость этическим нормам – 11 из 12 респондентов. Представители ННКО в возрасте от 17 до 34 лет просили уточнить, в чем именно состоит специфика ценностей национальной российской государственности, поскольку, с одной стороны, либерально-политические ценности все еще популярны, а с другой – ценности патриотизма, заботы о ближнем, социальной справедливости характерны как для России, так и для других государств.

Цитата: *«В старших классах, на уроках обществознания, нас учили, что права и свободы человека должны быть превыше интересов государства. Сегодня мы наблюдаем, как либерализм терпит фиаско в государственно-политической практике. ...Индивидуализм по-прежнему транслируется сегодня с телеэкранов как основной принцип жизнедеятельности «успешных» людей, которые достигли всего сами и никому ничем не обязаны... Социальная справедливость есть и в числе либеральных, и в числе консервативных ценностей, а патриотизм – это универсальный для всех людей, любящих свою Родину, принцип».*

Все опрошенные признали, что ННКО косвенно влияют на политическую сферу. В качестве основных направлений такого воздействия все респонденты отметили взаимодействие с государственными и/или муниципальными органами и структурами по конкретным вопросам деятельности

ННКО. Пятеро участников дискуссии отметили, что лидеры и сотрудники ННКО не могут не влиять на общественное мнение, поскольку они вовлекают в свои проекты волонтеров, разъясняют людям те или иные вопросы, касающиеся реализации государственной политики в определенной сфере, тем самым повышая гражданскую компетентность обывателей. Двое сотрудников третьего сектора средней возрастной группы отметили, что в своей деятельности им приходилось выступать в защиту права обратившихся к ним людей на экологически чистую окружающую среду. Один молодой человек – студент юридического вуза – рассказал о своем опыте работы в общественной приемной в рамках ННКО по вопросам оказания юридической помощи гражданам до решения дела по существу вопроса.

Цитата: «Вовлекая людей в свою деятельность, встречаясь с ними, мы меняем их мировоззрение. Они становятся более совестливыми, добрыми, чаще и глубже интересуются тем, как устроено государство, какие есть возможности для взаимодействия с ним... Есть бизнесмены, которые помогают нам реализовывать наши проекты, жертвуют средства, и мы видим, как они «раскрываются», превращаются в активных, болеющих за свою страну (а не только за свой бизнес) граждан... Мы меняем даже менталитет чиновников в лучшую сторону – они становятся более открытыми, восприимчивыми к проблемам обычных людей, более креативными в решении конкретных задач».

На вопрос о необходимости государству помогать ННКО реализовывать конструктивные гражданские инициативы все респонденты ответили утвердительно.

Среди инициатив, которые приходилось реализовывать опрошенным, были названы проекты о зоозащите, сборе средств для помощи пострадавшим в зоне СВО, организации общественных юридических приемных, оказания психологической помощи отдельным категориям граждан.

Отвечая на вопрос о том, помогало ли в реализации этих проектов государство, 10 из 12 респондентов отметили наличие некоторого противоречия между декларируемыми возможностями и реальной помощью в плане поддержки властью инициатив ННКО. При этом, как отметили 9 участников дискуссии, попадание в реестр социально ориентированных вовсе не гарантирует для ННКО приоритетной государственной поддержки. В качестве причин респондентами были названы: отсутствие надлежащих средств в областном и местном бюджетах (2 респондента), недостаточная прозрачность проведения конкурсов на получение субсидий (5 опрошенных), обилие документации, которую нужно собирать для обоснования необходимости поддержки инициативы (4 опрошенных); снижение вероятности выиграть конкурс проектов, тем более для тех организаций, которые уже выигрывали грант несколькими годами ранее (11 опрошенных).

Цитата 1: «Сейчас очень мало кто работает на постоянной профессиональной основе в ННКО. Даже если организация выигрывает грант, практи-

чески все его средства распределяются на расходы на мероприятия, либо почасовую оплату».

Цитата 2: «Если рядовой ННКО посчастливилось выиграть конкурс проектов, то получить поддержку того же грантодателя в лице государства в ближайшие несколько лет маловероятно».

Обсуждая вопрос востребованности для современного российского общества Указа Президента России от 9 ноября 2022 года № 809, все представители ННКО высказались в пользу данного акта в качестве основы для разработки государственных мер по укреплению духовно-нравственных ценностей россиян. Вместе с тем участники дискуссии подняли вопрос о необходимости единообразной интерпретации применительно к российской государственности ряда перечисленных в указе ценностей, таких как: права и свободы человека, справедливость. Они указали на необходимость организации широкой разъяснительной, просветительской работы по интерпретации этих ценностей для россиян с учетом контекста общественно-исторической эволюции отечественной государственности.

Цитата 3: «Социальная справедливость как ценность есть в любой культуре и в любом обществе. Но, например, в странах Запада она понимается иначе. Справедливо, если ты достиг всего сам и поэтому можешь не делиться достигнутым ни с кем. В нашем же обществе эта ценность всегда имела несколько иной смысл: справедливо, если ты поделился с ближним. То же самое можно сказать и о милосердии и гуманизме: у нас эти ценности «от сердца», а на Западе – «от ума».

Все опрошенные согласились с тем, что у людей нет единого понимания, восприятия перечисленных в указе № 809 ценностей. В качестве причин этого были обозначены: недостаточность знаний о роли этих ценностей в истории российской государственности, недостаточная эффективность действующих каналов приобщения граждан к политике (указали 12 респондентов); апатия, нежелание быть активным гражданином (8 респондентов); отсутствие уверенности в завтрашнем дне, возросший страх людей в результате усиления политических угроз (6 респондентов).

Президентский указ № 809 представляется участникам фокус-группы значимым для российских ННКО, а также волонтеров. Представитель старшего поколения отметил, что обозначенные в указе ценности должны заполнить то профессионально-ценностное пространство, угроза опустошения которого возникла у сотрудников третьего сектора в связи с их исключением из политической сферы и ориентацией государства на первичность поддержки НКО-поставщиков социальных услуг.

Данное высказывание было поддержано всеми участниками дискуссии. Они указали, что сегодня государство фактически не рассматривает ННКО как политические институты гражданского общества, несмотря на то, что его развитие законодательно определено в качестве одного из направ-

лений поддержки деятельности третьего сектора. Такая ситуация делает ННКО разновидностью социального бизнеса, что, в свою очередь, влечет угрозу утраты третьим сектором политической этики, дезориентирует его представителей в пространстве политических ценностей. По мнению участников дискуссии – представителей ННКО среднего поколения, особенно подвержена ценностной дезориентации вкпе с деятельностной технологизацией молодежь, вовлекаемая в проекты третьего сектора.

Цитата 1: *«Мы видим, что для власти мы – вид социальных предпринимателей. Все более популярен термин «социальная эффективность». Проектирование предполагает необходимость участия, прежде всего, искусного грантрайтера и профессионального бухгалтера ННКО. Все более технологичным становится процесс составления проектной заявки. Написание хорошей, красивой и логичной с точки зрения формата и лингвистических конструкций заявки в первую очередь увеличивает шансы на ее поддержку. Мы вынуждены технологизироваться. Особенно это захватывает молодежь».*

Цитата 2: *«Иногда я не вижу глубокого смысла в многочисленных общественных акциях, к которым привлекаюсь, и даже сами организаторы этих акций иногда не могут четко объяснить их смысл».*

На вопрос о том, как представители власти относятся к попыткам ННКО взаимодействовать с ними в политической сфере, все участники фокус-группы дали отрицательный ответ. В качестве основной причины они указали боязнь представителей власти нарушить принцип лояльности посредством вовлечения ННКО в «локальную политику».

Цитата 3: *«Когда мы собираем деньги на благотворительность, поддерживаем людей, оказавшихся в трудной жизненной ситуации, помогаем бездомным животным – мы занимаемся «своим делом». Но если мы обращаемся к власти, например, с намерением участвовать в публичных слушаниях по оценке проекта муниципального бюджета либо указываем на недостатки ее работы, нам отвечают: «Политика – это не ваше дело».*

Представители третьего сектора очень боятся попасть сегодня в перечень иностранных агентов. Признавая важность обеспечения политической безопасности в современной России, участники дискуссии отметили, что иногда под угрозу оказаться в списках иноагентов попадают и добросовестные организации. Вот почему сегодня сотрудники ННКО стараются исключить из своей деятельности и проектных инициатив все то, что могло бы каким –то образом быть истолковано как политическая деятельность.

Цитата 4: *«Мы проводим среди своих сотрудников профилактические беседы, отслеживаем их социальную активность, потому что любое их высказывание, пост, комментарий или даже реакция в социальных сетях могут быть истолкованы как политическая деятельность. По сути, сегодня любое критическое или протестное мнение может быть расценено как политическое влияние и может повлечь соответствующие санкции».*

По мнению участников дискуссии, повысить эффективность политики борьбы с иностранными агентами в России помогли бы мероприятия профилактического характера, такие как: масштабная информационно-разъяснительная работа для представителей третьего сектора относительно содержания традиционных российских ценностей, обозначенных в указе № 809. Помимо этого, нужно усовершенствовать в действующем российском законодательстве механизм реабилитации ННКО, попавших в перечень иноагентов, а также расширить досудебную практику решения вопроса о признании ННКО иностранными агентами. Разумеется, все это должно быть реализовано на фоне усиления мер профилактики в обществе политического деструктивизма.

Цитата 5: «Я лично знаю ННКО, которая занималась реабилитацией инвалидов-колясочников и получила под эту деятельность оборудование из Германии в лизинг. Минюст России автоматически признал эту организацию иноагентом, и она вынуждена была закрыться, хотя и была полезной для людей с ОВЗ. При этом сами чиновники признавались, что действующее законодательство несовершенно, но не могли не следовать букве закона».

На завершающем этапе дискуссии ее участникам было предложено оценить текущие меры государства по поддержке конструктивных гражданских инициатив НКО. Результаты этой оценки представлены на рис. 2.

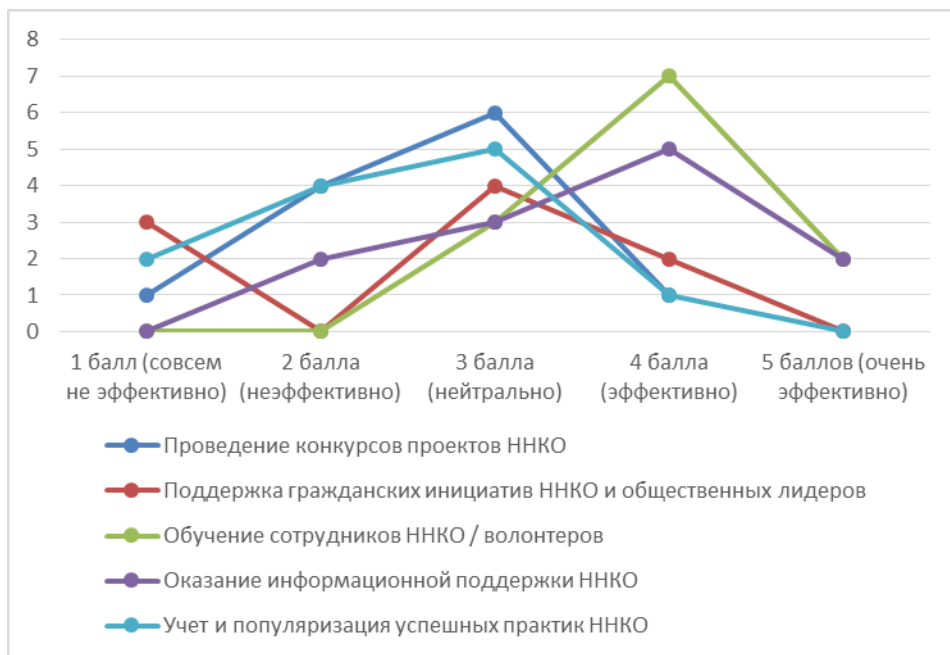


Рисунок 2 – Распределение ответов респондентов по шкале оценки эффективности мер государственной поддержки и стимулирования конструктивных гражданских инициатив ННКО, ед.

Комментарии респондентов к их оценкам (см. рис. 2) приводятся ниже.

1. Проведение конкурсов проектов ННКО. Все респонденты, полагая это направление приоритетной мерой стимулирования и поддержки инициатив ННКО, указали, что его реализация в России не слишком эффективна. В качестве причин они отметили: недостаточную прозрачность механизма проведения оценки конкурсных заявок (12 опрошенных), недостаточно эффективную обратную связь с координаторами конкурса (8 опрошенных), большое количество документов, которые необходимо собрать для участия в конкурсе (9 опрошенных), все еще сохраняющуюся (в случае с ФПГ) неравномерность распределения грантовых средств по регионам (6 опрошенных), несправедливость ситуации, когда и прогосударственные, и автономные от государства ННКО имеют равные права на конкурсную поддержку проектов, а организации, которые уже реализуют проекты за счет иных грантов, имеют право снова подавать на конкурс похожие проекты (10 опрошенных).

2. Поддержка гражданских инициатив ННКО и общественных лидеров. Данное направление стимулирования конструктивных инициатив ННКО опрошенные также полагают очень важным; однако указывают, что его реализация в России существенно затруднена. В качестве причин респонденты отметили: низкую прозрачность механизма оценки и отбора таких инициатив, имея в виду всероссийскую электронную платформу «Российская общественная инициатива» (отметили 9 респондентов); усмотрительную практику экспертов в аспекте признания той или иной инициативы инновационной, полезной для общественности или конкретных социальных групп (10 опрошенных).

3. Обучение сотрудников ННКО/волонтеров. Данный вид государственной поддержки большинство опрошенных признало как востребованным, так и достаточно эффективно реализуемым. Все респонденты отметили наличие большого числа различных курсов, программ повышения квалификации, иных образовательных продуктов, направленных на повышение профессиональных компетенций представителей третьего сектора. В то же время, четверо опрошенных указали на однообразность, «одинаковость» предлагаемых образовательных продуктов, а также низкий учет обратной связи от слушателей.

4. Оказание информационной поддержки ННКО. Важность данного вида стимулирования гражданских инициатив ННКО отметили все волонтеры, но их мнения относительно результативности такой поддержки разделились. Трое из опрошенных указали, что действующие ресурсные центры не всегда дают точные, исчерпывающие консультации по вопросам имеющихся в регионе возможностей участия в конкурсах. Также респондентами была подчеркнута необходимость более оперативного и полного обновления норма-

тивных и информационно-справочных материалов на едином интернет-портале информационной поддержки ННКО.

Цитата: «Обычно их консультации ограничиваются ссылкой на действующие информационные материалы о поддержке ННКО, изданные Минэкономки, а также указанием на интернет-сайты грантодателей. Более конкретную поддержку, особенно в части финансирования и бухгалтерского учета, получить гораздо сложнее».

5. Учет и популяризация успешных практик ННКО. Относительно оценки данного направления государственного стимулирования развития третьего сектора мнения респондентов разделились. Девять опрошенных назвали эту меру неэффективной или нейтральной, поскольку, по их словам, не видят в ней никакой реальной пользы для развития ННКО. Один оценил данное направление как эффективное, поскольку, по его мнению, знакомство с успешными кейсами разработки и реализации проектов в любом случае полезно. Респондент, оценивший данную меру как очень эффективную, признался, что его кейс попал в число лучших практик в рамках конкурса ФПГ – 2022. Ни один из опрошенных не смог четко ответить, каковы границы применимости «успешных» практик третьего сектора.

Проведенное исследование по методике Ш. Шварца позволило выявить специфику ценностного профиля представителей российского негосударственного некоммерческого сектора в сравнении с ценностным профилем россиян, не участвующих в общественной деятельности. Представители ННКО оказались более ориентированы на альтруизм и помощь окружающим, чем россияне, не участвующие в деятельности ННКО. В отношении же политических ценностей представителей ННКО, на основании результатов проведенной фокус-группы было установлено, что не все ценности российской государственности однозначно трактуются представителями молодого поколения третьего сектора. Большинство респондентов, считая ННКО обязательными участниками социально-политических отношений и институтами политического влияния, опасаются взаимодействовать с властью в социально-политической сфере, чтобы не попасть в перечень иностранных агентов. В свою очередь, и представители власти, по мнению опрошенных, стремятся исключить ННКО из участия в любой сфере, связанной с политикой. Высказывая мнение о том, что текущая деятельность государства по усилению поддержки поставщиков социальных услуг превращает ННКО в вид социального предпринимательства, респонденты выразили сожаление о том, что такая политика ориентирует их, прежде всего, на развитие навыков грантрайтинга, совершенствование техник социального проектирования без стимулирования ценностно-политического содержания их активности.

В контексте проблематики данной статьи управление по ценностям ННКО предстает как значимая на современном этапе задача государственной политики Российской Федерации по стимулированию конструктивных

гражданских инициатив третьего сектора, предполагающая «подтягивание» менталитета лидеров, сотрудников и волонтеров общественных организаций к единым ценностям российской государственности, а также развитие мотивации представителей ННКО-сектора добровольно и последовательно придерживаться этих ценностей в своей социально-политической деятельности.

Литература

Baker, W. & Inglehart, R. (2020). Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values. *American Sociological Review*, 65 (1), 19-51. <https://doi.org/10.2307/2657288>.

Bozeman, B. & Sarewitz, D. (2011). Public Value Mapping and Science Policy Evaluation. *Minerva*, 49, 1-23. <https://doi.org/10.1007/s11024-011-9161-7>.

van Gestel, N., Ferlie, E. & Grotenbreg, S. (2023). A Public Value Strategy for Sustainable Development Goals: Transforming an Existing Organization? *British Journal of Management*, 35 (2), 1-17. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12742>.

Jo, S. & Meier, K. J. (2024). Public Perceptions of the Administrative Values Tradeoff: Bureaucratic and Democratic Ethos. *Public Administration*, 1(21), 1-21. <https://doi.org/10.1111/padm.13041>.

Lönnqvist, Ja. E. & Ilmarinen, V. (2024). Basic Personal Values and Vote Choice in 20 European Countries. *European Journal of Personality*, Vol. 0(0), 1-16. <https://doi.org/10.1177/08902070241296979>.

Meynhardt, T. (2021). Public Value is Knowable, Public Value Creation is Not. *Administration & Society*, 53(10), 1631-1642. <https://doi.org/10.1177/00953997211053500>.

Pevnaya, M. V. (2024). Social Participation as a Theoretical Concept and Social Phenomenon. *Changing Societies & Personalities*, 8(1), 5-13. <https://doi.org/10.15826/csp.2024.8.1.260>.

Piatak, J. & Jensen, C. (2024). Public Values and Sector Service Delivery Preferences: Public Preferences on Contracting from Simple to Complex Human Services. *Public Administration Review*, 84(5), 948-965. <https://doi.org/10.1111/puar.13794>.

Schwartz, S. H. (1992). Universals in content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 25, 1-65. [https://doi.org/10.1016/s0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60281-6)

Witesman, E. M., Walters, L. & Christensen, R. K. (2023). Creating a Public Service Topology: Mapping Public Service Motivation, Public Service Ethos, and Public Service Values. *Public Administration*, 102(2), 540-579. <https://doi.org/10.2307/2657288>.

Yazici, A. M. & Öztirak, M. (2023). The Mediator Role of the Organizational Culture in the Relationship between Charismatic Leadership and Corporate Reputation. *Organizacija*, 56(3), 247-264. <https://doi.org/10.2478/orga-2023-0017>.

Борисова, Н. В., Воронова, К. А. (2015). Ценностные ориентации граждан современной России в контексте проблемы качества политических институтов демократии (на примере Пермского края). *Вестник Пермского университета. Политология*, 4, 110-126.

Григорьева, Н. С., Малинова, О. Ю., Мельвиль, А. Ю. и др. (2018). *Государственная состоятельность и траектории режимных трансформаций*. Государственная политика и управление. Аспект-Пресс.

Клюс, А. Г., Гужеля, Д. Ю. (2023). Сообщества возможностей: к вопросу о формировании моделей активизации различных объединений. *Журнал Сибирского федерального университета. Серия: Гуманитарные науки*, 16 (6), 1024-1032.

Магун, В. С. (2023). Эволюция базовых ценностей российского населения, 2006–2021 годы. *Социологические исследования*, 12, 44-58.

Пушкарева, Г. В. (2018). Менеджмент публичных ценностей: можно ли говорить об аксиологическом повороте в государственном управлении. *Государственное управление. Электронный вестник*, 68, 312-329. <https://doi.org/10.24411/2070-1381-2018-00044>.

Сморгунов, Л. В. (2022). Современные тенденции в государственном управлении: от нового государственного менеджмента к управлению публичной политикой. *Политическая наука*, 3, 100-121. <https://doi.org/10.31249/poln/2022.03.05>

Страдзе, А. Э. (2013). Парадоксальность социальной активности в российском обществе. *Гуманитарий Юга России*, 1, 44-56.

Федотова, В. А. (2024a). Гражданская и этническая идентичность россиян: роль ценностей в их формировании. *Вестник Московского университета. Серия 14: Психология*, 47 (1), 131-149.

Федотова, В. А. (2024b). Социокультурные детерминанты становления гражданской идентичности россиян. *Россия и современный мир*. 3 (124), 194-209.

References

Borisova, N. V., & Voronova, K. A. (2015). Value orientations of citizens of modern Russia in the context of the problem of the quality of political institutions of democracy (on the example of the Perm Region). *Vestnik Permskogo universiteta. Politologiya*, 4, 110-126 (in Russ).

Grigorieva, N. S., Malinova, O. Yu., Melville, A. Yu. and others (2018). *State viability and trajectories of regime transformations*. Public policy and management. (in Russ).

Klyus, A. G., & Guzhelya, D. Yu. (2023). Communities of Opportunity: on the issue of forming models for the activation of various associations. *Zhurnal Sibirskogo federal'nogo universiteta. Seriya: Gumanitarnye nauki*, 16 (6), 1024-1032 (in Russ).

Magun, V. S. (2023). The evolution of the basic values of the Russian population, 2006-2021. *Sociologicheskie issledovaniya*, 12, 44-58 (in Russ).

Pushkareva, G. V. (2018). Management of public values: is it possible to talk about an axiological turn in public administration? *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyy vestnik*, 68, 312-329. <https://doi.org/10.24411/2070-1381-2018-00044> (in Russ).

Smorgunov, L. V. (2022). Current trends in public administration: from new public administration to public policy management. *Politicheskaya nauka*, 3, 100-121. <https://doi.org/10.31249/poln/2022.03.05> (in Russ).

Stradze, A. E. (2013). The paradox of social activity in Russian society. *Gumanitarij Yuga Rossii*, 1, 44-56 (in Russ).

Fedotova, V. A. (2024). Civil and ethnic identity of Russians: the role of values in their formation. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14: Psihologiya*, 47 (1), 131-149 (in Russ).

Fedotova, V. A. (2024). Socio-cultural determinants of the formation of the civic identity of Russians. *Rossiya i sovremennyy mir*, 3 (124), 194-209 (in Russ).

- Baker, W. & Inglehart, R. (2020). Modernization, Cultural Change and the Persistence of Traditional Values. *American Sociological Review*, 65 (1), 19-51. <https://doi.org/10.2307/2657288>.
- Bozeman, B. & Sarewitz, D. (2011). Public Value Mapping and Science Policy Evaluation. *Minerva*, 49, 1-23. <https://doi.org/10.1007/s11024-011-9161-7>.
- van Gestel, N., Ferlie, E. & Grotenbreg, S. (2023). A Public Value Strategy for Sustainable Development Goals: Transforming an Existing Organization? *British Journal of Management*, 35 (2), 1-17. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.12742>.
- Jo, S. & Meier, K.J. (2024). Public Perceptions of the Administrative Values Tradeoff: Bureaucratic and Democratic Ethos. *Public Administration*, 1(21), 1-21. <https://doi.org/10.1111/padm.13041>.
- Lönnqvist, Ja. E. & Ilmarinen, V. (2024). Basic Personal Values and Vote Choice in 20 European Countries. *European Journal of Personality*, Vol. 0(0), 1-16. <https://doi.org/10.1177/08902070241296979>.
- Meynhardt, T. (2021). Public Value is Knowable, Public Value Creation is Not. *Administration & Society*, 53 (10), 1631-1642. <https://doi.org/10.1177/00953997211053500>.
- Pevnaya, M. V. (2024). Social Participation as a Theoretical Concept and Social Phenomenon. *Changing Societies & Personalities*, 8(1), 5-13. <https://doi.org/10.15826/csp.2024.8.1.260>.
- Piatak, J. & Jensen, C. (2024). Public Values and Sector Service Delivery Preferences: Public Preferences on Contracting from Simple to Complex Human Services. *Public Administration Review*, 84(5), 948-965. <https://doi.org/10.1111/puar.13794>.
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, Vol. 25, 1-65. [https://doi.org/10.1016/s0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60281-6).
- Witesman, E. M., Walters, L. & Christensen, R. K. (2023). Creating a Public Service Topology: Mapping Public Service Motivation, Public Service Ethos, and Public Service Values. *Public Administration*, 102(2), 540-579. <https://doi.org/10.2307/2657288>.
- Yazici, A. M. & Öztirak, M. (2023). The Mediator Role of the Organizational Culture in the Relationship between Charismatic Leadership and Corporate Reputation. *Organizacija*, 56(3), 247-264. <https://doi.org/10.2478/orga-2023-0017>.

Для цитирования: Баталова, Ю. В. Ценности российских негосударственных некоммерческих организаций / Ю. В. Баталова // PolitBook. – 2025. – № 1. – С. 173-196. – DOI 10.24412/2227-1538-2025-1-173-196