

Говорить о том, что волнует



Игорь БУЗОВСКИЙ,
заместитель главы
Администрации
Президента Республики
Беларусь

Выступление на Республиканском форуме-практикуме «Идеологическая работа в контексте ключевых положений Послания Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко белорусскому народу и Национальному собранию Республики Беларусь». Минск, 18 июня 2015 года

Проведение республиканских семинаров идеологической вертикали в преддверии крупных общественно-политических событий стало хорошей практикой. Это позволяет проверить готовность структур, уточнить задачи на предстоящий период, определить необходимый рабочий инструментарий. В нынешней ситуации как внешнеполитическая, так и внутривнутриполитическая обстановка настоятельно требует активизации идеологической работы, развернутого, откровенного диалога с людьми. Поэтому для участников республиканского форума-практикума важен акцент не на подведении итогов деятельности идеологической вертикали, а на изучении практических и конкретных путей решения стоящих перед обществом проблем.

Об идеологическом обеспечении социально-экономического развития страны

Выступая с Посланием белорусскому народу и Национальному собранию Республики Беларусь, Президент А.Г. Лукашенко отметил: «Именно в экономике гарантия нашей независимости, залог мира и фундамент будущего». Поэтому основной задачей сегодня является идеологическое обеспечение социально-экономического развития Беларуси.

Отдел идеологической работы, культуры и по делам молодежи – идеологический штаб района. Не только руководители и специалисты экономического блока, но и идеологи района должны четко представлять себе ситуацию по каждому предприятию: стабиль-

ное оно или проблемное, знать конкретные вопросы, волнующие работников.

Задача идеолога – создать в коллективе атмосферу нацеленности на результат, способствовать организации производства так, чтобы люди понимали – от их личного вклада зависит экономический успех предприятия. Нерадивым работникам в коллективе должно быть некомфортно, для этого должны быть включены все стимулы: и материальные, и моральные.

Мы должны говорить людям правду – объяснять им реальные причины трудностей, вести прямой, искренний диалог с трудящимися. Сокращение штатов, ликвидация предприятия-банкрота – это жесткие требования экономики. Но не только разъярения должны слышать от нас те, кто теряет работу. Как точно выразил общее настроение А.Г. Лукашенко:

ОБ АВТОРЕ

БУЗОВСКИЙ Игорь Иванович.

Родился в 1972 году в д. Кошелево Новогрудского района Гродненской области. Окончил Минское высшее военное-командное общевоинское училище (1993), Российскую академию государственной службы при Президенте Российской Федерации (2005).

Служил в Вооруженных Силах Беларуси. С 1995 по 1998 год работал социальным педагогом-психологом, заведующим отделом социально-педагогической и психологической работы Центра внешкольной работы г. Новогрудка.

В 1998 году избран вторым секретарем Новогрудского райкома Белорусского патриотического союза молодежи. С 1999 года – помощник второго секретаря Центрального комитета Белорусского патриотического союза молодежи, директор туристического предприятия «Юность», директор по организационным вопросам и международной деятельности ООО «Детско-юношеский клуб по хоккею «Золотая шайба».

С 2002 года – заведомо по связям с общественностью, затем – заместитель генерального директора дирекции промотирования Национальной государственной телерадиокомпании Республики Беларусь.

В августе 2003 года избран вторым секретарем Центрального комитета общественного объединения «Белорусский республиканский союз молодежи». С 2005 года – советник-консультант, с 2008 года – главный советник управления по координации работы идеологического управления Администрации Президента Республики Беларусь. С февраля 2010 года – первый секретарь Центрального комитета общественного объединения «Белорусский республиканский союз молодежи». С декабря 2014 года – заместитель главы Администрации Президента Республики Беларусь.

Заместитель председателя Постоянной комиссии Совета Республики Национального собрания Республики Беларусь по образованию, науке, культуре и социальному развитию.



«Люди ждут ответа на ключевой вопрос: что будет дальше? Что будет с курсом рубля и ценами? Что будет с рабочими местами как на госпредприятиях, так и в частном секторе? Что нового предлагает власть в ответ на очевидные кризисные явления в нашей экономике и в экономике наших соседей?»

Власть должна иметь и предлагать решения, создавать такие условия, чтобы рядом с закрывающимся предприятием возникло другое, более перспективное с новыми рабочими местами и более высокой зарплатой. Продвижение данных мыслей и решение поставленных главой государства задач – наша прямая обязанность.

Об информационно-пропагандистской работе

Как в сложившихся условиях повысить эффективность работы информационно-пропагандистских групп в трудовых коллективах «проблемных» предприятий?

Людей волнуют насущные проблемы: сокращение трудовых графиков, вынужденные отпуска, рост безработицы, задержки и уменьшение зарплаты, снижение уровня жизни. В таких условиях проведение единых дней информирования по общей для всех тематике недостаточно эффективно – кроме этого, нужно рассматривать темы, волнующие трудовые коллективы. Идеологической вертикали необходимо вести постоянный мониторинг настроений людей, выявлять проблемные вопросы, которые их волнуют.

Так, например, по результатам социологического опроса «Общественное мнение о социально-политической ситуации в Республике Беларусь», проведенного Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента в мае 2015 года, наибольшее беспокойство у населения вызывают следующие проблемы: рост цен – 75,6 %, снижение реальных доходов – 43,6 %, безработица – 30,6 %, алкоголизм – 32,6 %.

Социологическая информация для идеологической работы приобретает сегодня особую важность. Данные соцопросов должны служить дополнительным каналом обратной связи с населением в диалоге с органами власти, стать инструментом для принятия тех или иных управленческих решений.

Следует быть готовыми и к тому, что в период предвыборной кампании деструктивными силами будут использоваться «формирующие» опросы или данные псевдоопросов, компрометирующие действия власти. Это, по сути, технологии воздействия на общественное мнение.

Для дезавуирования таких информационных «вбросов» и предотвращения раскачивания ситуации идеологической вертикали необходимо активно использовать данные ИАЦ, Института социологии НАН Беларуси, Центра социологических и политических исследований БГУ. Честная и авторитетная социология может стать фактором, препятствующим такого рода фальсификациям, и хорошей опорой для построения эффективной идеологической работы с населением.

Еще одно безусловное требование к проведению дней информирования – повысить степень участия руководителей в информационной работе. Именно от руководителей организаций, предприятий, районов люди должны получать ответы на свои самые «больные» вопросы.

Систематическое проведение прямых телефонных линий нужно дополнить встречами на предприятиях, по месту жительства в форме откровенного разговора, а не лекций и нотаций. Это позволит разъяснять людям действия власти, формировать общественное мнение, что во многом в нынешних экономических условиях будет способствовать поддержанию стабильности и нацеленности людей на конструктивные действия.

Об использовании информационных технологий в идеологической работе

В условиях поляризации мнений неизбежно усиливается роль и влияние информационно-коммуникационных технологий. Использование манипулятивных технологий для влияния на общественное сознание становится повседневной практикой.

Сегодня наиболее активная часть общества, прежде всего молодежь, по большей части выпадает из информационного пространства, охватываемого государственными СМИ. Поэтому использование классических методик организации идеологической работы без их усиления соответствующими технологическими инновациями не может принести желаемых результатов.

Анализ возросшей активности самоорганизующихся сетевых сообществ в белорусском сегменте сети Интернет свидетельствует, что именно здесь может зародиться источник политической мобилизации. Политический контент аккуратно и ненавязчиво внедряется в форматы развлекательных групп в соцсетях и групп социальной направленности.

Социальные интернет-сети выступают своеобразным клапаном для выпуска пара, который должен иметь место, но на него власти необходимо иметь рычаги влияния. Если мы хотим быть услышанными, мы не просто должны говорить интересующие людей вещи. Мы должны приходить и говорить на тех площадках, где люди специ-

ально собираются, чтобы получить информацию.

И давать эту информацию нужно, сообщаясь с отличительными особенностями Интернета, – быстро, лаконично, аргументированно.

В новых условиях традиционным средствам массовой информации следует проявлять больше творческой инициативы в создании оригинальных информационных ниш. Если Интернет имеет определенное преимущество в оперативности предоставления информации, то внимание традиционных печатных и электронных СМИ должно быть обращено на аналитичность подходов, выступающую альтернативой посылам, которые дает интернет-пространство.

О взаимодействии с общественными организациями и политическими партиями

Низкая популярность оппозиционных партий и их лидеров (по данным ИАЦ, оппозиционным партиям в Беларуси доверяют меньше 7 % жителей) не должна успокаивать. Экономические трудности – самое подходящее время для усиления их активности, а растерянность и тревога населения – благоприятный фон для расшатывания ситуации. В то же время стоит отметить, что, согласно данным соцопроса, проведенного ИАЦ, напряженной политической обстановку в стране называют лишь

▼ Во время работы форума-практикума



около 17 % респондентов, а 78,4 % опрошенных считают ее спокойной.

Требование времени – консолидация усилий всех поддерживающих государство общественных объединений и системных политических партий. Необходимо провести социальный аудит работающих в регионах общественных и политических структур, иметь четкое видение того, к решению каких проблем и как они могут быть привлечены.

Нужно менять привычные методы работы, применять современные форматы объединения людей, как это делают наши соперники. Идеологам важно перехватывать инициативу и создавать специальные группы в сетях для взаимодействия и самовыражения социально активной части общества.

Необходимо активнее использовать весь информационный и организационный потенциал социальных сетей в работе с молодежью, ведь 80 % всего времени в Интернете молодые люди проводят в соцсетях. Поэтому необходимо занимать эти информационные ниши и выходить на качественный уровень работы именно в данном сегменте.

О работе с молодежью

В нынешних условиях необходимо приложить максимум усилий для полной реализации возможностей и энергии молодого поколения, уделив особое внимание вопросам занятости, поддержки предпринимательской инициативы, предотвращения пьянства и наркомании в молодежной среде.

Нужно обеспечить социально значимую занятость молодежи, обратить внимание на молодых специалистов. В этом плане важна такая форма работы, как наставничество – традиционная, но очень эффективная, если к ней подходить неформально.

Особого внимания требует работа с одаренной и талантливой молодежью. Увидеть, поддержать и продвинуть таких молодых людей – актуальная задача.

Следует организовать системную работу с резервом кадров, обеспечив стратегию кадрового омоложения идеологической вертикали.

Академия управления при Президенте Республики Беларусь совместно с заинте-

ресованными готова разработать типовые методические рекомендации по работе с молодежью с учетом ее стратификации на группы. Рекомендации могут быть использованы руководителями и специалистами государственных органов и организаций в целях осуществления работы с молодежью с учетом ее целевых установок, мотивов деятельности, а также для организации и ведения идеологической работы в различных государственных органах и иных организациях независимо от форм собственности.

О кадрах идеологической вертикали

Существует проблема ресурсного обеспечения идеологической работы и профессионального развития идеологических кадров. В результате оптимизации госаппарата в 2013 году ушли многие опытные специалисты-идеологи (реальное сокращение составило около 50 %). Их заменили представители отделов культуры и по работе с молодежью, зачастую требующие практики и опыта организации идеологической работы. Порой имеет место недопонимание того, что от них требуется на современном этапе, отдается предпочтение развлекательным мероприятиям.

Отмечается значительная сменяемость идеологических кадров, наличие вакантных должностей идеологических работников в исполкомах и на предприятиях, в том числе в сфере АПК. Пришло время рассмотреть вопрос внесения изменений и дополнений в Указ Президента Республики Беларусь от 20 февраля 2004 года № 111 «О совершенствовании кадрового обеспечения идеологической работы в Республике Беларусь» в части определения понятия «идеологическая работа», ее целей, задач, направлений, актуальных критериев оценки эффективности.

Думается, что в канун выборов лучшей демонстрацией поддержки курса действующего Президента А.Г. Лукашенко будет результативный труд каждого на своем рабочем месте: устойчивая, стабильная работа предприятий, качественные услуги в системе здравоохранения, образования, ЖКХ, открытая, честная информационная политика властей. ▀