

Чжан Вэнь

аспирант

ФГОБУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»

г. Москва

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНОГО НАСТРОЕНИЯ

***Аннотация:** в статье приведены основные эмпирические подходы в российской социологии к операционализации и определению конечного числа показателей социального настроения как вероятного фактора экономического роста. Отмечена неоднозначность методологических позиций в эмпирических исследованиях российских учёных при использовании как синонимов понятий «социальное настроение» и «социальное самочувствие». Показана актуальность проблемы влияния социального настроения на экономический рост в современных условиях.*

***Ключевые слова:** социальное настроение, социальное самочувствие, экономический рост, операционализация, показатель, индекс.*

Проблема исследования социального настроения общества в научном плане была обозначена в конце 80–90-х годов прошлого века в работах отечественных ученых Б.Д. Парыгина [8], Б.В. Поршнева [9], Ж.Т. Тощенко [10] и ряда других ученых, которые в теоретическом аспекте предположили, что социальное настроение может пониматься как возникшее устойчивое эмоциональное состояние общества перед решением важных задач.

В эмпирическом плане в рамках основных эмпирических исследований в отечественной социологии социальное настроение изучалось посредством рассмотрения отношений, убеждений, взаимосвязи установок и индивидуальных или групповых социальных ожиданий.

Так, в период 1997–2011 гг. ВЦИОМ/Левада-Центр проводили опрос, включающий в себя исследование социальных настроений [2]. Исследование было проведено по репрезентативной всероссийской выборке городского и сельского

населения среди 1250 человек в возрасте 18 лет и старше в 130 населенных пунктах 47 регионов страны. Понятие «социальное настроение» было операционализировано посредством сочетания следующих показателей:

- 1) самооценка жизненного положения;
- 2) самооценка материального положения семьи;
- 3) соотнесение с категорией по уровню потребления.

Данный набор показателей для выявления социального настроения представляется слишком узким и сводящимся преимущественно к материальному фактору данного явления. Однако панельный характер исследования предопределяет определенный интерес к нему с точки зрения анализа лонгитюдности общего тренда социального настроения у россиян.

Следующее исследование социальных настроений жителей России проводилось компанией «GfKGroup» в период 1994–2007 гг. [3]. Состояние социального настроения выявлялось посредством набора следующих показателей и вопросов:

- 1) ретроспективная оценка уходящего года для респондента и его семьи: «Как Вы оцениваете уходящий год для себя лично и для своей семьи?»;
- 2) ретроспективная оценка уходящего года для страны в целом: «Как Вы оцениваете уходящий год для страны в целом?»;
- 3) перспективные ожидания от следующего года для самого респондента и его семьи: «Каковы Ваши ожидания от будущего года для себя и своей семьи?»;
- 4) перспективные ожидания от следующего года для страны в целом: «Каковы Ваши ожидания от будущего года для страны в целом?».

В отличие от ВЦИОМ/Левада-Центра, делавшего акцент на материальном факторе, исследование указанной компании направлено на выявление состояния социального настроения посредством оценок и ожиданий населения.

В последующие годы сотрудники ВЦИОМ разработали и предложили *Индекс социальных настроений* (ИСН), при построении которого учитывалось несколько аспектов:

- 1) то, как люди оценивают материальное положение своих семей;

- 2) их оценки экономического и политического положения страны в целом;
- 3) что они думают о будущем развития страны;
- 4) социально-психологическое состояние людей, в целом их настроение.

Для расчета индекса вначале по распределениям ответов респондентов на каждый вопрос строятся индивидуальные индексы, отражающие разницу положительных и отрицательных ответов. Интегральный индекс социального настроения (ИСН) рассчитывается как средняя арифметическая из частных индексов.

Интегральный (обобщенный) индекс социальных настроений выступает в качестве комплекса частных индексов, к которым следует отнести:

- индекс удовлетворенности жизнью – стимул-вопрос «В какой мере Вас устраивает сейчас жизнь, которую Вы ведете?»;
- индекс социального оптимизма – стимул-вопрос «Как Вы считаете, через год Вы / Ваша семья будете жить лучше или хуже, чем сейчас?»;
- индекс самооценок материального положения – стимул-вопрос «Как бы Вы оценили в настоящее время материальное положение Вашей семьи?»;
- индекс оценок экономической ситуации в стране – стимул-вопрос «Как бы Вы оценили экономическое положение страны в целом?»;
- индекс оценок политической ситуации в стране – стимул-вопрос «Как бы Вы оценили в целом политическую обстановку в России?»;
- индекс оценок общего вектора развития страны – стимул-вопрос «Насколько Вы согласны с тем, что дела в стране идут в правильном направлении?».

Вместе с тем, по мнению автора, социологи ВЦИОМ в своём исследовании практически используют понятия «социальные настроения» и «социальное самочувствие» как синонимы, и это нашло отражение в аналитических материалах центра, где эти два понятия используются как различные, так и тождественные.

В целом анализ эмпирических вторичных источников показал доминирование влияния экономического фактора на динамику социальных настроений в обществе. В этой связи представляется правомерным рассмотреть вопрос обрат-

ного влияния социальных настроений на экономический рост, который как на теоретическом, так и на эмпирическом уровне исследован недостаточно.

Если обратиться к рассмотрению некоторых работ по гуманитарно-социальным наукам [1; 6; 7], в которых упомянута в прямой постановке данная проблема, то обычно социальное настроение в них рассматривается в контексте влияния человеческого капитала, социокультурной среды или иных неэкономических факторов на динамику темпов экономического роста. Вместе с тем конкретные социальные или экономические механизмы управления таким влиянием практически не раскрываются, и остается зачастую только констатация фактических данных.

Список литературы

1. Ахинов Г. Экономический рост и социальное развитие: теория и практика российских реформ // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – №1. – С. 8–14.

2. Динамика общественных настроений. Левада-Центр. 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.levada.ru/14-07-2011/dinamika-obshchestvennykh-nastroenii>

3. Динамика социальных настроений россиян. 1994–2007 годы. GfKGroup.2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mavriz.ru/news/archive/2007/417.html>

4. Занятость и экономический рост / ред. К. Писсаридес и др. – СПб.: СПбГУ, 2018. – 305 с.

5. Федоров В.В. Главные ожидания и опасения населения: динамика социальных настроений в обществе / В.В. Федоров, М.Б. Боков // Мониторинг общественного мнения. – 2009. – №3 (91). – С. 4–25.

6. Любимов И.Л. От человеческого капитала к экономическому росту: прямая дорога или долгое блуждание по лабиринту? // Вопросы экономики. – 2017. – №8. – С. 5–23.

7. Теняков И.М. Роль неэкономических факторов в формировании национальной модели экономики // Формирование российской модели рыночной эко-

номики: противоречия и перспективы. Ч. 2 / под ред. К.А. Хубиева.– М: ТЕИС, 2003.

8. Парыгин Б.Д. Анализ природы и феномена социального настроения // Социологические исследования. – 1998. – №5. – С. 135.

9. Поршнева Б.Д. Социальная психология и история. – М, 1979. – С. 11.

10. Тощенко Ж.Т. Социальное настроение – феномен современной социологической теории и практики // Социологические исследования. – 1998. – №1. – С. 28.

11. Нельговский А.И. Социальные настроения наемных работников в региональном сообществе: дисс... канд. социол. наук. – Ставрополь, 2015. – 183 с.