УДК 316.4

Дитятев Антон Юрьевич

**аспирант кафедры общей социологии
Алтайского государственного университета
тел.: (3852) 34-30-16**

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНОГО НАСТРОЕНИЯ В ИЗУЧЕНИИ ФЕНОМЕНОВ ОПТИМИЗМА И ПЕССИМИЗМА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация:
В статье рассматриваются сущностные характеристики оптимизма и пессимизма как социальных феноменов, а также проблемы методологии их социологического исследования; анализируется концепция социального настроения и адаптируется к изучению настроений оптимизма и пессимизма в современном обществе.

Ключевые слова:
оптимизм, пессимизм, потребности, социальное настроение, социальное самочувствие, методология социологического исследования.

Dityatev Anton Yurievich

**post-graduate student of chair of general sociology,
Altay State University
tel.: (3852) 34-30-16**

METHODOLOGICAL POTENTIAL OF THE CONCEPT OF SOCIAL MOOD IN STUDYING OF PHENOMENA OF OPTIMISM AND PESSIMISM IN MODERN SOCIETY

The summary:
The article deals with the characteristics of optimism and pessimism as social phenomena, and also with the problem of methodology of their sociological research; the concept of social mood is analyzed and adapts for studying of moods of optimism and pessimism in a modern society.

Keywords:
optimism, pessimism, requirements, social mood, social state of health, methodology of sociological research.

Проблема оптимизма и пессимизма представлена во многих областях человеческого знания: в философии, различных социогуманитарных науках и их отраслях. Попытки осмысления и изучения данных феноменов предпринимаются сегодня с большой интенсивностью, в том числе, и в рамках социологии. Но, несмотря на это, социологическое исследование оптимизма и пессимизма неизбежно сталкивается с рядом методологических трудностей, о которых будет сказано далее. Настоящая статья посвящена выявлению сущностных характеристик оптимизма и пессимизма как социальных явлений и определению специфики социологического изучения этих феноменов в современном обществе. В качестве основной методологической проблемы следует выделить междисциплинарный характер изучаемых явлений, поскольку оптимизм и пессимизм представляют собой не только субъективные ощущения индивида и его ожидания относительно будущего, но и своеобразное мировоззрение (жизненную философию), основу мотивации социальных поступков. Помимо этого нельзя не отметить, что настроения оптимизма и пессимизма также могут быть присущи различным социальным группам и общностям. Относительно позитивное или упаднические видение будущего и перспектив развития социума может завладеть и всем обществом в определенные исторические периоды. Так, кризисные явления представляют собой объективную причину для пессимистических прогнозов относительно будущего, а периоды социального и экономического подъема, соответственно, являются фактором для веры в дальнейшее улучшение общего качества жизни.

Социологической концепцией, лежащей в основе методологии настоящего исследования, является концепция социального настроения, предложенная Ж.Т. Тощенко и С.В. Харченко. По нашему мнению, социологическое исследование феноменов оптимизма и пессимизма в обществе должно опираться не только на изучение субъективных переживаний и эмоций индивидов, а на целостную теоретическую модель социального настроения, состоящую из многих компонентов. В противном случае, такое исследование не может считаться социологическим. Указанная методологическая проблема, тем не менее, не решается полностью посредством выбора данной теоретической модели. Цель, задачи и специфика нашего исследования также внесут корректировки в эту концепцию и потребуют ее адаптации к изучаемой проблеме.

Под социальным настроением авторы выбранной нами концепции понимают «…целостную доминантную характеристику общественного сознания и готовности его реализоваться на практике с определенной ценностной установкой» [1, с. 7].

В более поздней статье Ж.Т. Тощенко уточняет определение социального настроения. Это – «…целостная форма жизнеощущения, доминантная форма реально функционирующего

общественного сознания и поведения, отражающая уровень, продолжительность и степень эмоционально-рационального восприятия индивидом, социальной группой и населением, различными организациями и институтами социальных установок, социальных целей и интересов, формирующихся под воздействием реальных экономических, политических и духовных процессов и в потенции реализуемых (или нереализуемых) в практической деятельности» [2, с. 32].

Отметим некоторые сущностные характеристики феномена социального настроения. Во-первых, социальное настроение представляет собой своеобразный вектор и степень активности индивидов и социальных групп. Так, на разных этапах функционирования того или иного общества могут преобладать оптимистически или пессимистически окрашенные настроения, проявляющиеся в социальной активности или бездеятельности. Во-вторых, социальное настроение во многом зависит от возможности индивидов удовлетворять свои жизненно необходимые потребности. Как отмечают авторы концепции, содержание потребностей, «…степень и сроки их удовлетворения и определяют психосоциальное состояние индивида» [3, с. 35]. Это положение является основной гипотезой данного исследования. Если общество предоставляет или хотя бы не препятствует личности (или группе) реализовывать свои жизненные планы, то такая форма функционирования социальных отношений является фундаментом для оптимистического настроения. В случае возникновения социальных, экономических и пр. барьеров в процессе реализации планов на будущее, социальное настроение может сместиться в сторону пессимизма, апатии или протеста. В-третьих, социальное настроение обладает направленностью. Разделяя направления социального настроения по основным аспектам жизни общества, можно отследить особо значимые сферы деятельности индивидов и групп, а также определить степень реализации жизненных планов в этих сферах. В данном случае мы будем изучать мнение респондентов относительно особенностей функционирования различных социальных групп и социальных институтов. Авторы концепции подчеркивают, что социальное настроение, каким бы оно ни было, может носить парадоксальный характер и неадекватно отражать реальные социальные процессы. В качестве примера можно привести феномены аномии и фрустрации, которые имеют место в современном обществе [4, с. 134]. Следует отметить, что данная социальная проблема также вызывает серьезные методологические трудности для исследователя, поскольку в обществе в состоянии аномии не существует четких и регламентированных норм в экономических отношениях. Притязания некоторых индивидов могут быть неоправданно завышенными, и, следовательно, неспособность достичь недостижимого может породить чувства апатии и пессимизма. По нашему мнению, в качестве гипотезы и варианта решения данной методологической проблемы может выступить тезис, согласно которому потребности большинства членов общества чаще всего являются адекватными их индивидуальным возможностям. Но это предположение требует проверки и является дискуссионным.

Перейдем к рассмотрению рабочей теоретической модели. Авторы используемой нами концепции выделяют четыре уровня социального настроения [5, с. 32]. На первом уровне, обозначенном как «Социальное самочувствие», представлены пять компонентов: актуальное знание, эмоции, чувства, историческая память, общественное мнение. Второй уровень – «Оценка и самооценка» состоит из социальных статусов, ролей, положения и престижа. Третий уровень, отражающий «Социальные ожидания и притязания», включает в себя установки, ценности, жизненные ориентации, интересы и волю. И четвертый уровень – «Социальная позиция» − состоит из мировоззрения, убеждений, жизнеощущения и оценки социального опыта.

По нашему мнению, использование выбранной теоретической модели вызывает ряд трудностей, и в первую очередь тех, которые касаются социологической операционализации понятий. Критические замечания в адрес структуры социального настроения также были сделаны другим исследователем данного феномена, Б.Д. Парыгиным [6, с. 135].

Например, в чем различие между такими компонентами социального настроения, как «чувства» и «эмоции»? На наш взгляд, подобное разграничение понятий, близких по своему смыслу, является излишним. Таким образом, на первом уровне модели социального настроения мы оставим следующие элементы: «эмоции», «историческую память» и «общественное мнение». Далее. Чрезмерно детализированным, по нашему мнению, является и описание второго уровня модели социального настроения, в котором авторы концепции разделяют оценки «социального статуса», «социального положения», «социальной роли», а также «социального престижа». Среди этих, близких по значению понятий мы выбираем в качестве актуальных следующие: «социальный статус» и социальная роль». Более того, понятия, исключенные нами из рабочей модели, будут имплицитно присутствовать как в ней самой, так и в виде вопросов анкеты. Для краткости изложения мы не будем разбирать подробно каждый из оставшихся элементов теоретической модели, но ограничимся перечислением тех, которые являются уместными для нашего исследования. Таким образом, при рассмотрении третьего уровня социально-

го настроения мы будем использовать следующие индикаторы: «ценности» и «установки». Если учесть, что четвертый уровень модели социального настроения представлен понятиями «мировоззрение», «убеждения», «жизнеощущение» и «оценка социального опыта», то мы вполне можем обойтись и без него. Поясним наш выбор. Мировоззрение и убеждения являются близкими по смыслу понятиями. Более того, изучение мировоззрения респондентов не входит в наши задачи, тем более что это создаст новые и нежелательные методологические препятствия. Следующим аргументом в пользу нашего выбора выступает сложность самого феномена мировоззрения, поскольку последнее является достаточно устойчивой (во времени) характеристикой, чего нельзя сказать о социальном настроении. В последнюю очередь отметим, что элементы мировоззрения респондентов будут косвенно изучены на основе реструктурированной модели социального настроения. Таким образом, мы получили искомые понятия, доступные для их дальнейшей операционализации.

На основе полученной модели можно кратко охарактеризовать оптимистическое социальное настроение следующим образом. Для этого была применена концепция идеального типа М. Вебера [7, с. 389]. В социальном самочувствии будут преобладать положительные эмоции, историческая память и общественное мнение относительно актуальных социальных процессов также будут оцениваться позитивно. Таким образом, оптимисты будут более восприимчивы к благоприятным процессам и явлениям в обществе, а пессимисты, соответственно, будут делать акцент на негативных аспектах социальной жизни. Носители оптимистического социального настроения позитивно оценивают свое место в мире, осознают его как должное, они принимают свои социальные роли и статусы и относительно удовлетворены ими, в отличие от пессимистов. Более того, даже если чувство удовлетворения своим местом в обществе отсутствует у оптимистов, то это компенсируется убежденностью в возможности улучшить нынешнее состояние. Пессимисты такой верой не отличаются, надежде предпочитая скепсис. Что касается уровня социальных ожиданий и притязаний, то, по нашему мнению, в этом случае преобладают ценности активной жизненной позиции, самореализации, достижения успеха и т.п. Если говорить об установках, то следует отметить, что носители оптимистического настроения будут направлять свою активность на преобразование действительности в ближайшем будущем. Вера в прогресс, а также акцентирование внимания на позитивных аспектах даже негативного социального опыта также будут иметь место. Исходя из основных теоретических предпосылок исследования и проанализированной литературы, сформулируем рабочее определение оптимизма как социального настроения.

Оптимизм – это социальное настроение, характеризующееся позитивными самооценками индивидов, оценками мира, общества, социальных групп, социальных процессов, а также тенденций их развития. Пессимизм, соответственно, будет проявляться в негативных оценках.

Тем не менее разделение социальных настроений на оптимизм и пессимизм, по мнению некоторых исследователей, является не совсем корректным. Так, Б.Д. Парыгин отмечает, что существуют настроения, которые не подходят под определения оптимистических, или противоположных им. К таким настроениям автор относит настроения апатии, нигилизма, анархизма, ханжества, цинизма и сомнения [8, с. 41−45]. Однако данная проблема решаема. Указанные выше настроения, так или иначе, порождены несовершенством социальных отношений. Если повернуть русло исследования в сторону изучения мнений респондентов о перспективах развития общества, о личных планах на будущее, а также выявить отношение к оптимистам и пессимистам, то мы сможем обойти стороной возникшие трудности.

Ссылки:

1. Тощенко Ж.Т., Харченко С.В. Социальное настроение. М., 1996.
2. Тощенко Ж.Т. Социальное настроение – феномен современной социологической теории и практики // Социологические исследования. 1998. № 1. С. 21−34.
3. Тощенко Ж.Т., Харченко С.В. Указ. соч.
4. Там же.
5. Там же.
6. Парыгин Б.Д. Анализ феномена и природы социального настроения. // Социологические исследования. 1998. № 5. С. 134−138.
7. Вебер М. Избранные произведения. М., 1990.
8. Парыгин Б.Д. Общественное настроение. М., 1966.

References (transliterated):

1. Toshchenko J.T., Harchenko S.V. Sotsial'noe nastroenie. M., 1996.
2. Toshchenko J.T. Sotsial'noe nastroenie – fenomen sovremennoy sotsiologicheskoy teorii i praktiki // Sotsiologicheskie issledovaniya. 1998. No. 1. P. 21−34.
3. Toshchenko J.T., Harchenko S.V. Op. cit.
4. Ibid.
5. Ibid.
6. Parygin B.D. Analiz fenomena i prirody sotsial'nogo nastroeniya. // Sotsiologicheskie issledovaniya. 1998. No. 5. P. 134−138.
7. Weber M. Izbrannye proizvedeniya. M., 1990.
8. Parygin B.D. Obshchestvennoe nastroenie. M., 1966.