

Социальная политика. Социальная структура

© 2023 г.

И.В. МЕРСИЯНОВА, А.С. БРЮХНО

СОЦИАЛЬНОЕ НАСТРОЕНИЕ РОССИЯН: СТРУКТУРА И ВЛИЯНИЕ НА ПОМОГАЮЩЕЕ ПОВЕДЕНИЕ

МЕРСИЯНОВА Ирина Владимировна – кандидат социологических наук, заведующая кафедрой экономики и управления в негосударственных некоммерческих организациях департамента политики и управления факультета социальных наук, директор Центра исследований гражданского общества и некоммерческого сектора (imersianova@hse.ru); БРЮХНО Александра Сергеевна – стажер-исследователь научно-учебной лаборатории междисциплинарных исследований некоммерческого сектора (abryuhno@hse.ru). Обе – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия.

Аннотация. Социальное настроение – комплексный индикатор, позволяющий опосредованно оценить эмоционально-рациональное восприятие населением экономических, политических и социальных процессов, происходящих в обществе, и их влияние на социальное самочувствие. Авторами рассмотрены четыре основных аспекта социального настроения современных россиян: оценка ситуации в стране; социальное самочувствие россиян; степень оптимизма; потенциал общественной солидаризации, включающий доверие и готовность к объединению с другими людьми. На основании данных всероссийского опроса, проведенного в сентябре 2022 г. (N = 2015) Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ, выявлено, что в целом в российском обществе тогда преобладали позитивные социальные настроения. Кластерный анализ выявил шесть групп, отличающихся друг от друга с точки зрения четырех вышеперечисленных аспектов. Изучение вовлечения представителей различных кластеров в волонтерскую деятельность и другие практики помогающего поведения показало, что есть связь социального настроения с помогающим поведением, которая опосредована воздействием других вышеназванных аспектов.

Ключевые слова: социальное настроение • социальное самочувствие • помогающее поведение • волонтерство

DOI: 10.31857/S013216250027776-6

Социальное настроение: концептуализация и операционализация понятия. Социальное настроение – понятие, возникшее на стыке социологической и психологической наук. Значительный вклад в концептуализацию данного понятия внесли российские исследователи Ж.Т. Тощенко и С.В. Харченко [Тощенко, Харченко, 1996; Тощенко, 1998]. Они предлагают рассматривать его как целостную, доминантную форму реально функционирующего общественного сознания, отражающую «уровень, продолжительность и степень эмоционально-рационального восприятия индивидом, социальной группой

Исследование выполнено при поддержке Программы фундаментальных исследований НИУ «Высшая школа экономики».

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 процессе практической деятельности» [Харченко, 2011: 170]. Ключевой особенностью социального настроения, по их мнению, является взаимодействие субъективных (психоэмоциональных) и объективных факторов. В их интерпретации социальное настроение представляет собой четырёхуровневую систему, состоящую из (1) социального самочувствия (включающего в себя эмоции и чувства), (2) оценок и самооценок своего социального положения, (3) социальных ожиданий и притязаний (ценностей, жизненных ориентиров), (4) социальной позиции (мировоззрения) [Тоценко, Харченко, 1996].

Есть много разнообразных методологических подходов к оценке социального настроения, что обусловлено комплексным и многоуровневым характером этого явления [Морев, Каминский, 2013]. Среди исследователей наблюдаются разночтения в представлениях и о структурных составляющих социального настроения, и о наборе индикаторов, с помощью которых доступно его социологическое измерение [Васильева, 2019].

Как отмечают многие исследователи, в качестве основы социального настроения выступает *социальное самочувствие*, то есть «определенное состояние переживания по поводу комфортности или дискомфорта своего бытия в социуме» [Михайлова, 2010: 46]. Синонимичным термином выступает «субъективное благополучие» (*subjective wellbeing*). Субъективное благополучие само по себе является многомерным понятием, которое включает как когнитивный аспект (удовлетворенность жизнью), так и аффективный (эмоции и настроения, в том числе ощущение счастья) [Diener, 1984; Conceição, Bandura, 2008]. Таким образом, измерение социального настроения зачастую включает в себя оценку эмоционального состояния индивидов, их настроения в психологическом смысле слова [Саксудаева, 2009; Каминский, 2016; Гужавина, Садкова, 2017]; удовлетворенности жизнью [Каминский, 2016]; восприятия счастья [Васильева, 2019].

Другой немаловажный аспект социального настроения – это его *оптимистическая либо пессимистическая направленность*. Е.В. Тихонова, например, отмечает, что в основе социального настроения населения лежит эмоциональное восприятие экономической ситуации в обществе, которое эмпирически оценивается по шкале «социальный оптимизм – социальный пессимизм». Основой социального оптимизма выступает ситуация, когда «вектор социальной политики совпадает с представлениями населения о социальной справедливости» [Тихонова, 2016: 13]. Социальный пессимизм, напротив, становится следствием непонимания социальной политики государства, несовпадения экономических ожиданий и реальности, отраженной в восприятии населения. Эмпирические данные подтверждают, что чем хуже экономическое положение региона, тем выше там доля пессимистично настроенных жителей [Лушникова, 2016].

Третья составляющая социального настроения – *оценка внешних политических и экономических условий* [Боченкова, 2013, 2014; Назаров, Кублицкая, 2016; Гужавина, Садкова, 2017]. Как отмечает С.В. Харченко [2011], эмоциональное состояние людей во многом зависит от степени разрешаемости социальных проблем и противоречий, а также удовлетворения социальных интересов. При этом, как справедливо замечает Е.В. Тихонова [2016], социальное настроение не всегда отражает влияние реальных экономических и политических процессов и факторов, поскольку формируется под воздействием доступной индивиду ограниченной информации, его предубеждений и воззрений, которые могут быть далеки от объективности. Кроме того, существует определенный временной лаг между реальными изменениями экономической ситуации и колебаниями социального настроения [Балацкий, Екимова, 2007].

Три вышеперечисленных аспекта отражены в крупнейших лонгитюдных исследованиях социального настроения, которые проводят в России такие аналитические центры, как

ВЦИОМ, ФОМ и «Левада-Центр»¹. ВЦИОМ проводит мониторинг социальных настроений россиян, где отражаются оценки текущего материального положения граждан, их оптимистичные либо пессимистичные установки и общая удовлетворенность жизнью². ФОМ использует четыре вопроса для оценки социальных настроений, выявляющие мнение респондента относительно того, станет ли лучше жизнь в стране в целом и самого респондента в частности в ближайшее время и через несколько лет³. «Левада-Центр» разработал индекс, который предполагает комплексную оценку социальных, политических и экономических настроений, формирующихся в обществе. Он включает четыре аспекта: субъективные оценки материального положения семей респондентов, оценки экономического и политического положения страны в целом, представления людей о своем личном ближайшем будущем и о будущем страны, уровень одобрения деятельности государственной власти в стране⁴.

Четвёртый аспект, нередко упускаемый из виду, – индикаторы, которые фиксируют наличие консолидационного потенциала в обществе: обобщенное доверие, оценка сплоченности и согласия в стране, готовность объединяться с другими людьми для защиты общих интересов [Морев, Каминский, 2014; Каминский, 2016]. В частности, исследования показывают тесную взаимосвязь обобщенного доверия с установками, касающимися общей удовлетворенности собственной жизнью и положением дел в стране [Кученкова, 2016; Черепанова и др., 2020]. Уровень сплоченности определяется степенью единства ценностных установок и мнений по ключевым направлениям функционирования социума [Шабунова и др., 2015]. Он выступает одним из критериев, позволяющих оценить субъективное отношение жителей не только к экономическим и политическим, но и к социальным процессам в стране. Готовность же объединяться с другими людьми для достижения общих целей отражает собственные установки индивида на проявление солидарности и сплоченности, что делает эти два критерия взаимодополняющими.

Несмотря на отсутствие единого подхода к операционализации понятия «социальное настроение», оно представляется полезным с практической точки зрения интегральным индикатором, позволяющим в первом приближении рассмотреть, как экономические, политические и социальные процессы отражаются в сознании населения, а также выявить основные точки напряженности, возникающие в обществе. Социальное настроение детерминирует целеполагающую деятельность человека и участвует в регулировании поведения как индивидов, так и социальных групп, выступая «в одних случаях в качестве ускорителя, катализатора, а в других, наоборот, в качестве сдерживающего рычага социальной деятельности» [Тощенко, 1998: 31]. Система общественных ценностей и установок, отраженная в социальном настроении, создает предпосылки для перехода к активной преобразовательной деятельности [Васильева, 2017]. Одним из возможных направлений реализации конструктивного деятельностного потенциала социального настроения является участие населения в волонтерской деятельности, благотворительности и иных практиках взаимопомощи, в том числе неформальных (для обозначения совокупности таких практик далее будет использоваться термин «помогающее поведение»).

В рамках данной аналитической работы предполагается решить следующие задачи:

– охарактеризовать структуру социального настроения россиян, а также преобладающие тенденции как в масштабе страны в целом, так и в отдельных социальных группах;

¹ АНО «Левада-Центр» внесена Минюстом в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.

² Социальные настроения: мониторинг // ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/socialnye-nastroenija-monitoring> (дата обращения: 01.03.2023).

³ Социальные настроения. Зима 2022 // ФОМ. URL: <https://fom.ru/Nastroeniya/14811> (дата обращения: 01.03.2023).

⁴ Обновленная методика измерения индекса социальных настроений (ИСН) // Левада-Центр. URL: <https://www.levada.ru/obnovlennaya-metodika-izmereniya-indeksa-sotsialnykh-nastroenii-isn/> (дата обращения: 01.03.2023). АНО «Левада-Центр» внесена в реестр некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента.

– выявить, существует ли связь между социальным настроением и участием в волонтерстве и иных практиках помогающего поведения (в помощи незнакомым нуждающимся людям деньгами, вещами, поступками).

Структура и основные компоненты социальных настроений россиян. Эмпирическую базу исследования составляют данные всероссийского опроса, проведенного Центром исследований гражданского общества и некоммерческого сектора НИУ ВШЭ. Опрашивалось городское и сельское население в возрасте от 18 лет и старше, метод сбора данных – телефонное интервью, объем выборки – 2015 респондентов. Опрос проводился 9–19 сентября 2022 г., спустя шесть месяцев после начала специальной военной операции на территории Украины, но до объявления частичной мобилизации. Динамика по ряду показателей проиллюстрирована далее на основе эмпирических данных, собранных в рамках мониторинга состояния гражданского общества НИУ ВШЭ в 2019–2021 гг. (метод сбора данных – телефонные и личные интервью по месту жительства респондента, объем выборки составлял не менее 2000 чел., выборка репрезентировала городское и сельское население от 18 лет и старше).

Авторами отобраны следующие ключевые индикаторы, характеризующие социальное настроение россиян:

- оценка экономического положения страны;
- оценка текущего пути развития страны в целом;
- оптимизм либо пессимизм относительно экономического положения страны;
- оптимизм или пессимизм относительно собственной жизни и материального положения;
- удовлетворенность жизнью;
- ощущение счастья;
- эмоциональный фон;
- доверие;
- оценка согласия и сплоченности в стране и в окружении;
- готовность объединяться.

Чтобы проанализировать структуру индикаторов, использовался метод главных компонент (табл. 1). Анализ позволил выявить четыре фактора, которые в совокупности объясняют 65,1% дисперсии, что является достаточно высоким показателем с учётом структурной сложности предмета исследования.

Охарактеризуем эти четыре компонента.

(1) «*Оценка ситуации в стране*». Данный компонент включает индикаторы, связанные с восприятием условий, сложившихся в стране в целом: отношение к пути развития страны, оценка экономического положения на данный момент, ожидания от экономического положения и оценка сплоченности и согласия среди населения. Этот фактор объясняет наибольшую долю дисперсии.

Дескриптивный анализ показывает преобладание позитивных тенденций (табл. 2). Более половины россиян положительно оценивали экономическое положение страны, при этом 3/4 полагали, что в целом курс развития страны правильный. Тем не менее оценки, направленные в будущее, более сдержанные – только 38% ожидали улучшения экономической ситуации в стране. Подобное расхождение объяснимо, учитывая период проведения исследования: данные были собраны в сентябре 2022 г., после начала специальной военной операции на территории Украины и введения рядом стран антироссийских экономических санкций. Поэтому, хотя большинство респондентов посчитало возможным положительно оценить курс развития страны в целом, волатильные экономические обстоятельства обусловили преобладание нейтральных и пессимистичных оценок, когда вопрос касается непосредственно перспектив экономического развития.

При этом доля россиян, считающих, что в стране преобладает сплоченность и согласие, значительно возросла по сравнению с предыдущими годами: в 2019 г. этот показатель

Таблица 1

Повернутая матрица компонентов

Анкетные вопросы	Компоненты			
	1	2	3	4
Как вы считаете, в целом Россия сейчас развивается в правильном или в неправильном направлении?	0,795			
Как бы вы оценили экономическое положение России в целом?	0,793			
Как вы считаете, в ближайшее время экономическая ситуация в стране улучшится, ухудшится или не изменится?	0,669			
Как вы думаете, сегодня в нашей стране среди людей больше согласия, сплоченности или несогласия, разобщённости?	0,653			
Скажите, пожалуйста, если говорить о сегодняшнем дне, насколько вы удовлетворены своей жизнью в целом?		0,825		
Если говорить в целом, вы безусловно счастливы, скорее счастливы, скорее не счастливы или безусловно не счастливы?		0,810		
Соотношение положительных и отрицательных эмоций		0,687		
Как вы считаете, в ближайшее время ваше материальное положение улучшится, ухудшится или не изменится?			0,856	
Как вы думаете, в ближайшие годы Ваша жизнь в целом улучшится, ухудшится или не изменится?			0,826	
Вы лично готовы или не готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если ваши идеи и интересы совпадают?				0,764
Как вы считаете, большинству людей в целом можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?				0,680

Метод выделения факторов: метод главных компонент.

Метод вращения: варимакс с нормализацией Кайзера.

Таблица 2

Компонент «Оценка ситуации в стране»: набор показателей

Анкетные вопросы	Варианты ответов	% опрошенных
Как бы вы оценили экономическое положение России в целом?	Хорошее	56
	Плохое	37
Как вы считаете, в ближайшее время экономическая ситуация в стране улучшится, ухудшится или не изменится?	Улучшится	38
	Не изменится	35
	Ухудшится	19
Как вы считаете, в целом Россия сейчас развивается в правильном или в неправильном направлении?	В правильном	75
	В неправильном	17
Как вы думаете, сегодня в нашей стране среди людей больше согласия, сплоченности или несогласия, разобщенности?	Больше согласия, сплоченности	42
	Больше несогласия	42

составлял 34% и за период пандемии последовательно снижался до 31% в 2020 г. и 24% в 2021 г., тогда как в 2022 г. произошёл его почти двукратный рост.

(2) «Социальное самочувствие». Данный компонент включает три индикатора, оценивающих самоощущение респондента на данный момент: удовлетворенность жизнью, ощущение счастья и баланс позитивных/негативных эмоций, которые он испытывал в последнее время.

Более 80% россиян отмечали, что они счастливы и удовлетворены жизнью. Если говорить о текущем эмоциональном состоянии опрошенных, то 2/3 респондентов отметили преобладание положительных эмоций (удовлетворенность, заинтересованность,

Таблица 3

Компонент «Социальное самочувствие»: набор показателей

Анкетные вопросы	Варианты ответов	% опрошенных
Если говорить в целом, Вы безусловно счастливы, скорее счастливы, скорее не счастливы или безусловно не счастливы?	Счастливы	85
	Не счастливы	9
В последние одну-две недели приходилось ли вам [испытывать следующие эмоции]?	Преобладают положительные эмоции	66
	Позитивные и негативные эмоции в равновесии	15
	Преобладают негативные эмоции	19
Скажите, пожалуйста, если говорить о сегодняшнем дне, насколько вы удовлетворены своей жизнью в целом?	Удовлетворены	81
	Не удовлетворены	18

гордость, оптимизм, душевный подъём), а не отрицательных (тревога, одиночество, скука, подавленность, огорчение) (табл. 3).

Как правило, удовлетворенность жизнью несколько ниже, чем уровень счастья: хотя в 2019–2020 гг. 79% опрошенных были готовы назвать себя в той или иной мере счастливыми, только 62–64% декларировали удовлетворенность своей жизнью. Доля тех, кто ощущает себя счастливыми, повысилась в 2021 г. до 84%, доля удовлетворенных жизнью – до 71%, а в 2022 г. эти два показателя почти сравнялись друг с другом. Как видим, ни ковид-пандемия, ни события 2022 г. не повлияли в негативном ключе на субъективное благополучие опрошенных. Оно в меньшей степени зависит от внешних социально-экономических условий, чем можно было бы предположить.

(3) «Оптимизм». Данный компонент включает в себя два индикатора, оценивающих уровень оптимизма респондента по отношению к собственному социальному положению: ожидания от материального положения и ожидания от жизни в целом.

В целом россияне склонны к оптимистическому мироощущению: около половины опрошенных считают, что в ближайшие годы их жизнь улучшится, 1/3 рассчитывает на улучшение материального положения, тогда как однозначный пессимизм характерен только для 9 и 11% опрошенных соответственно (табл. 4).

В 2019 г. 26% россиян ожидали, что их материальное положение улучшится, а 18% – что ухудшится. Аналогичный опрос, проведенный в год начала пандемии, показал значительно худшие результаты: в 2020 г. только 10% ожидали улучшения своего материального положения, 40% были настроены пессимистично. В 2021 г. доля оптимистов снова повысилась до 26%, а пессимистов снизилась до 21%. Парадоксально в 2022 г. доля оптимистично настроенных россиян даже превысила последний допандемийный показатель.

(4) «Потенциал солидаризации». В этот компонент вошли два индикатора, характеризующие предпосылки для включения респондента в конструктивную общественную

Таблица 4

Компонент «Оптимизм»: набор показателей

Анкетные вопросы	Варианты ответов	% опрошенных
Как вы думаете, в ближайшие годы ваша жизнь в целом улучшится, ухудшится или не изменится?	Улучшится	51
	Не изменится	29
	Ухудшится	9
Как вы считаете, в ближайшее время ваше материальное положение улучшится, ухудшится или не изменится?	Улучшится	35
	Не изменится	46
	Ухудшится	11

Таблица 5

Компонент «Потенциал солидаризации»: набор показателей

Анкетные вопросы	Варианты ответов	% опрошенных
Как вы считаете, большинству людей в целом можно доверять или в отношениях с людьми следует быть осторожными?	Большинству людей можно доверять	20
	В отношениях с людьми следует быть осторожными	76
Вы лично готовы или не готовы объединяться с другими людьми для совместных действий, если ваши идеи и интересы совпадают?	Готов(-а)	76
	Не готов(-а)	18

активность: доверие к окружающим и готовность объединяться с другими людьми для достижения общих целей. Несмотря на относительно невысокий уровень обобщенного доверия (лишь 20% полагают, что большинству людей можно доверять), 3/4 респондентов готовы объединяться с другими людьми для совместных действий (табл. 5).

Потенциал солидаризации, судя по опросам, – относительно стабильная характеристика. Уровень обобщенного доверия на протяжении предыдущих трёх лет устойчиво составлял 20–25%, а готовность объединяться находилась в диапазоне 73–75%.

Таким образом, выявленные в ходе анализа главных компонент факторы согласуются с четырьмя составляющими социального настроения, которые ранее рассматривались в теоретическом обзоре. Учитывая сложносоставной характер социального настроения, в качестве следующей исследовательской задачи видится целесообразным выделить основные типологические группы (кластеры) населения, исходя из сочетания рассматриваемых характеристик.

Кластеризация россиян по типам социального настроения. Полученные факторные значения использовались для проведения двухэтапного кластерного анализа, который позволил выявить шесть кластеров.

(1) В первый кластер (15% выборки) вошли респонденты, имеющие невысокие значения по всем четырем аспектам социального настроения, в первую очередь с явно выраженным негативным эмоциональным состоянием и отрицательно оценивающие текущее состояние дел в стране. В этом кластере значимо больше людей без высшего образования (73 в сравнении с 64% по выборке), безработных (14 против 5%) и имеющих проблемы со здоровьем (21 в сравнении с 7%). Более половины испытывали ощутимые финансовые трудности, хотя по выборке в целом с ними сталкивались только 23%. Представителей данного кластера можно условно назвать носителями *негативного социального настроения*.

(2) Второй кластер (10% опрошенных) включал респондентов, которые отрицательно оценивали ситуацию в стране и были настроены в целом пессимистично, но при этом имели позитивное эмоциональное состояние и готовность к солидаризации. Большинство представителей этого кластера имели высшее образование (57%) и относительно высокий должностной статус (предприниматели, руководители и квалифицированные специалисты составляли 62%). Настроение, типичное для данного кластера, можно назвать *пессимистично-солидарным*.

(3) Третий кластер (18% респондентов) включал тех, кто тоже негативно оценивал ситуацию в стране, но обладал выраженным оптимистичным взглядом на собственное будущее (*оптимистичное социальное настроение*). Этот кластер наполовину состоял из молодежи, хотя доля россиян в возрасте 18–27 лет по выборке в целом была 27%.

(4) Четвертый кластер (11% опрошенных) состоял из респондентов, достаточно положительно оценивающих ситуацию в стране и демонстрирующих позитивное эмоциональное состояние, но проявляющих преимущественный пессимизм и не готовых объединяться с другими людьми. В этом кластере значимо преобладали женщины (66%), несколько выше среднего была доля лиц старшего возраста (43% против 37% по выборке). Этот тип социального настроения можно охарактеризовать как *пассивное позитивное настроение*.

(5) В пятый кластер (он включал наибольшее число респондентов – 32%) вошли люди, положительно оценивающие ситуацию в стране и своё психоэмоциональное состояние, при этом оптимистично настроенные и демонстрирующие средний уровень готовности доверять другим и объединяться. Ярко выраженных демографических отличий у этого кластера нет. Условно можно назвать этот тип социального настроения *умеренно позитивным*.

(6) Последний кластер (15% опрошенных) – респонденты, крайне положительно оценивающие состояние дел в стране и готовые объединяться с другими людьми (*позитивно-солидарное социальное настроение*). В этот кластер несколько чаще попадали люди старше 50 лет (45 в сравнении с 37% по выборке), а также располагающие наиболее высокими ресурсами – высшим образованием (43 в сравнении с 34%), высоким доходом (58 в сравнении с 44%), хорошим здоровьем (55 в сравнении с 47%) и квалифицированной должностью (54 в сравнении с 45%).

Таким образом, были определены шесть основных типологических групп, отличающихся с точки зрения значений различных компонентов социального настроения. Авторы выдвинули следующие гипотезы:

H1: Социальное настроение, будучи доминантной формой мироощущения индивида, оказывает значимое влияние на участие в практиках помогающего поведения, включая волонтерство, так что уровень вовлеченности будет различаться для представителей разных кластеров.

H2: Представители кластеров, для которых характерен более высокий потенциал солидаризации (II и VI), чаще вовлекаются в различные практики помогающего поведения, чем представители кластеров с низким уровнем солидаризации (I и IV).

Социальные настроения россиян и помогающее поведение. Рассмотрим далее, в какой степени представители различных кластеров вовлекались в помогающее поведение. Вопрос респондентам задавался об участии в каком-либо общественно полезном деле без принуждения, без вознаграждения и не для помощи членам семьи или близким родственникам (табл. 6).

Различия между кластерами оказались статистически значимыми для всех показателей, кроме оказания помощи вещами. Наиболее активными с точки зрения участия в волонтерской деятельности и их помогающего поведения оказались носители «оптимистичного» и «позитивно-солидарного» социального настроения (соответственно III и VI кластеры).

Третий кластер, как было ранее указано, отличает высокий уровень оптимизма при негативном настроении по отношению к текущей ситуации в стране. В этом случае негативная оценка окружающих условий приводит к положительным результатам: представители данного кластера трансформируют своё недовольство сложившейся социально-экономической ситуацией в созидательную общественную активность и помощь окружающим людям.

Шестой кластер демонстрирует высокие или средние значения по всем показателям социального настроения, но в первую очередь его отличают максимальный уровень как оценки ситуации в стране, так и потенциала солидаризации. Соответственно, его представители обладают всеми предпосылками для вовлечения в общественную активность и помогающее поведение, которые действительно реализуются в значительной степени: именно этот кластер включает в себя наибольшее число волонтеров. Пятый и шестой

Таблица 6

Участие в помогающем поведении, %

Виды помогающего поведения	Кластеры					
	1	2	3	4	5	6
Приходилось помогать деньгами	58	56	70	53	60	74
Приходилось помогать вещами	57	58	69	65	65	64
Приходилось помогать какими-то делами, поступками	76	72	81	61	79	80
Приходилось заниматься добровольчеством, волонтерским трудом	26	25	31	24	25	41

кластеры очень схожи по своим характеристикам за одним исключением: у представителей пятого кластера установка на доверие выражена в существенно меньшей степени – что, судя по всему, отрицательным образом сказывается на их вовлечённости в волонтерство и денежные пожертвования. При этом по уровню ситуативной помощи окружающим какими-либо делами и поступками он не уступает третьему и шестому кластерам. Однако низкий потенциал солидаризации и нежелание доверять другим людям становятся барьером для вовлечения в практики помогающего поведения, требующие вложения финансовых или временных ресурсов.

На противоположной стороне спектра находятся кластеры I, II и IV.

Первый кластер включает людей с наиболее негативным мироощущением; они преимущественно недовольны происходящим в стране, испытывают пессимизм, не готовы к доверию и объединению с другими людьми, ощущают упадочные настроения. Неудивительно, что, находясь в сложной ситуации сами, такие россияне реже остальных готовы оказывать помощь другим людям.

Два оставшихся кластера связаны с более позитивным восприятием мира. Если четвёртый кластер («пассивное позитивное настроение»), продемонстрировавший наиболее слабую вовлеченность практически во все виды помогающего поведения, отличает также низкое значение потенциала солидаризации, то второй («пессимистично-солидарный») в этом аспекте уступает только шестому. Тем не менее отличительной особенностью обоих кластеров – второго и четвёртого – выступает более выраженная склонность к пессимизму. Видимо, именно пессимистичный настрой мешает респондентам реализовать свою активную гражданскую позицию. Ведь если человек ожидает, что в дальнейшем ситуация в его жизни или в стране в целом будет ухудшаться, он может ощущать демотивацию или остерегаться тратить свои ресурсы – как денежные, так и временные – на помощь другим людям.

Заключение. Итак, в ходе исследования рассмотрено социальное настроение как форма общественного сознания, отражающая эмоционально-рациональное восприятие индивидом, социальной группой и населением своих жизненных условий. Оно включает отношение к наблюдаемому экономическим, политическим и социальным процессам, социальное самочувствие и оптимистичное восприятие собственного будущего, а также потенциал общественной солидаризации (довери и готовность к объединению). Данный подход позволяет принять во внимание и субъективное психоэмоциональное состояние респондентов, и их рациональные установки по отношению к объективным внешним факторам, и предпосылки для реализации деятельностного потенциала социального настроения.

В целом среди россиян во время опроса в сентябре 2022 г. (до мобилизации) преобладали позитивные социальные настроения. Более половины опрошенных положительно оценивали экономическое состояние страны, 3/4 аналогично – путь её развития, 85% респондентов считали себя счастливыми, 81% – удовлетворенными жизнью. Каждый второй россиянин был тогда оптимистично настроен по отношению к своей жизни в целом, 3/4 опрошенных демонстрировали готовность объединяться с другими людьми для совместных действий, если их идеи и интересы совпадают.

Кластерный анализ, тем не менее, позволяет выявить ряд типологических групп, отличающихся друг от друга с точки зрения проявления тех или иных компонентов: три кластера включают россиян, преимущественно негативно оценивающих ситуацию в стране, другие три – оценивающих ее более позитивно. Исследование подтвердило, что есть выраженная связь социального настроения и участия в таких практиках помогающего поведения, как волонтерство, а также помощь незнакомым нуждающимся людям деньгами или делами, поступками. Тем не менее гипотеза, что высокий потенциал солидаризации связан с более частым вовлечением в помогающее поведение, подтвердилась только частично. В частности, более активное включение в практики помогающего поведения действительно характерно для тех, кто демонстрировал большую готовность объединяться и склонность доверять другим людям, однако пессимистичный настрой связан со

значительно меньшей вовлеченностью даже при декларируемой готовности к солидаризации. Напротив, респонденты, отличающиеся оптимистичным взглядом на собственное будущее, чаще участвовали в помощи другим, хотя далеко не все из них проявляли готовность объединяться с окружающими и доверять незнакомым людям.

Таким образом, доказан вывод, что пессимизм является одним из барьеров, препятствующих полноценной реализации существующего в обществе потенциала солидаризации. Поэтому для формирования активного гражданского общества, повышения вовлеченности населения в практики помогающего поведения, необходимо наличие позитивной повестки, создающей в массовом сознании положительный образ будущего.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Балацкий Е.В., Екимова Н.А. Эффект инерции в формировании социальных настроений // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2007. № 3 (83). С. 85–94.
- Боченкова Н.А. Социальное настроение и его влияние на поведение населения // Социальная политика и социология. 2014. Т. 2. № 1 (102). С. 199–212.
- Боченкова Н.А. Социальное настроение россиян в современных социально-экономических условиях // Вестник университета. 2012. № 13–1. С. 213–218.
- Васильева О.В. Социальное настроение как генеральный индикатор позиции социального субъекта в обществе // Актуальные вопросы общественных наук: социология, политология, философия, история. 2017. № 1–2 (61). С. 48–55.
- Васильева О.В. Социологическое измерение социального настроения. Постнеклассический подход // Управление устойчивым развитием. 2019. № 5. С. 53–60.
- Каминский В.С. Социальное настроение жителей Вологодской области в условиях экономического кризиса // Социологическая наука и социальная практика. 2016. Т. 4. № 2 (14). С. 21–39.
- Каминский В.С. Социальное самочувствие населения Вологодской области в 2010–2015 гг. // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2016а. № 1. С. 136–147.
- Кученкова А.В. Социальное самочувствие и субъективное благополучие: соотношение понятий и способов измерения // Вестник РГГУ. Сер. «Философия. Социология. Искусствоведение». 2016. № 2 (4). С. 118–127.
- Лушников О.Л. Социальные настроения жителей монотерриторий Хакасии // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2022. № 1. С. 173–183.
- Михайлова Л.И. Социальное самочувствие и восприятие будущего россиянами // Социологические исследования. 2010. № 3. С. 45–49.
- Морев М.В., Каминский В.С. Методологические особенности изучения социальных настроений на региональном уровне // Проблемы развития территории. 2013. Т. 5. № 67. С. 96–103.
- Морев М.В., Каминский В.С. Социальное настроение: факторы формирования и территориальные особенности // Проблемы развития территории. 2014. Т. 4. № 4. С. 48–66.
- Назаров М.М., Кублицкая Е.А. Социальные настроения в столичном мегаполисе: результаты сравнительного анализа // Наука. Культура. Общество. 2016. № 1. С. 171–188.
- Саксудаева С.О. Основные характеристики социального настроения молодежи (на примере Республики Бурятия) // Вестник Бурятского госуниверситета. Философия. 2009. № 6. С. 190–193.
- Тихонова Е.В. Социальное настроение как индикатор восприятия населением социальной действительности // Материалы Афанасьевских чтений. 2016. № 3 (16). С. 12–16.
- Тощенко Ж.Т. Социальное настроение – феномен современной социологической теории и практики // Социологические исследования. 1998. № 1. С. 21–34.
- Тощенко Ж.Т., Харченко С.В. Социальное настроение. М.: Academia, 1996.
- Харченко С.В. Феномен и природа социального настроения // Мир науки, культуры, образования. 2011. № 1. С. 168–170.
- Черепанова М.И., Горбунова А.А., Сарыглар С.А. Социальное самочувствие населения как индикатор безопасности и доверия в Алтайском крае // Society and Security Insights. 2020. Т. 3. № 1. С. 90–101.
- Conceição P., Bandura R. Measuring subjective wellbeing: A summary review of the literature // United Nations development programme (UNDP) development studies, working paper. 2008.
- Diener E. Subjective well-being // Psychological bulletin. 1984. Vol. 95. No. 3. P. 542–575.

Статья поступила: 27.06.23. Финальная версия: 04.08.23. Принята к публикации: 07.08.23.

RUSSIAN CITIZENS' SOCIAL MOOD, ITS STRUCTURE AND INFLUENCE ON HELPING BEHAVIOUR

MERSIANOVA I.V., BRIUKHNO A.S.

HSE University, Russia

Irina V. MERSIANOVA, Cand. Sci. (Sociol.), Head of the Department for NGO Economy and Management, the Social Science Faculty, Director, Center for Studies of Civil Society and the Nonprofit Sector (imersianova@hse.ru); Aleksandra S. BRIUKHNO, Research Intern, Research Laboratory for Interdisciplinary Studies, Center for Studies of Civil Society and the Nonprofit Sector (abryuhno@hse.ru). Both – HSE University, Moscow, Russia.

Acknowledgements. This work was supported by the Program for Basic Research of the National Research University Higher School of Economics.

Abstract. Social mood is a complex phenomenon that encompasses emotional and rational perceptions of economic, political and social processes by the general population, and the impact of these processes on personal well-being. Social mood is considered to be a combination of four main aspects: (1) perception of the political, economic and social situation in the country; (2) general emotional state; (3) degree of optimism; (4) generalized trust and willingness to unite. Based on the data of an all-Russian survey conducted in 2022 by the Center for the Study of Civil Society and the Non-Profit Sector at the HSE University (Moscow, Russia), it was revealed that overall positive social mood prevails in the modern Russian society. Cluster analysis revealed six groups that differ from each other in terms of the four of social mood aspects listed above. The data show a statistically significant connection between social mood and participation in volunteering and informal helping behavior. In particular, respondents who demonstrate a greater willingness to unite and higher levels of trust are generally more likely to participate in helping behavior, although a pessimistic attitude is associated with significantly less involvement regardless of declared willingness to unite. Meanwhile, respondents exhibiting optimistic perceptions of their future are more likely to participate in helping others irrespective of trust and willingness to unite.

Keywords: social mood, social wellbeing, helping behavior, volunteering.

REFERENCES

- Balatsky E.V., Ekimova N.A. (2007) Effect of inertia in the formation of social moods // *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny* [Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes Journal]. No. 3 (83): 85–94. (In Russ.)
- Bochenkova N.A. (2012) Social mood of Russians in modern social and economic conditions. *Vestnik universiteta* [University Journal]. No. 13–1: 213–218. (In Russ.)
- Bochenkova N.A. (2014) Social mood and its influence on the behavior of the population. *Social'naya politika i sociologiya* [Social policy and sociology]. Vol. 2. No. 1 (102): 199–212. (In Russ.)
- Cherepanova M.I., Gorbunova A.A., Saryglar S.A. (2020) Social well-being of the population as indicator of security and trust in the Altai territory. *Society and Security Insights*. Vol. 3. No 1: 90–101. (In Russ.)
- Conceição P., Bandura R. (2008) Measuring subjective wellbeing: A summary review of the literature. *United Nations development programme (UNDP) development studies, working paper*.
- Diener E. (1984) Subjective well-being. *Psychological bulletin*. Vol. 95. No. 3: 542–575.
- Kaminsky V.S. (2016) Social mood of Vologda region inhabitants in economic crisis conditions. *Sociologicheskaya nauka i social'naya praktika* [Sociological science and social practice]. Vol. 4. No. 2 (14): 21–39. (In Russ.)
- Kaminsky V.S. (2016a) The social well-being of the population of the Vologda region, 2010–2015. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psihologiya. Sociologiya* [Bulletin of Perm University. Philosophy. Psychology. Sociology]. No. 1: 136–147. (In Russ.)
- Kharchenko S.V. (2011) Phenomenon and the nature of social attitudes. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya* [The world of science, culture, education]. No. 1: 168–170. (In Russ.)
- Kuchenkova A.B. (2016) Social self-perception and subjective well-being. A review of definitions and measurement models. *Vestnik RGGU. Ser. «Filosofiya. Sociologiya. Iskusstvovedeniye»* [Bulletin of the Russian State University for the Humanities. Ser. "Philosophy. Sociology. Art History"]. No. 2 (4): 118–127. (In Russ.)

- Lushnikova O.L. (2022) Social mood in single-industry towns of Khakasia. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya* [Perm University Bulletin. Philosophy. Psychology. Sociology]. No. 1: 173–183. (In Russ.)
- Mikhailova L.I. (2010) Social moods and reception of future by Russians. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 3: 45–49. (In Russ.)
- Morev M.V., Kaminsky V.S. (2013) Methodological Peculiarities of Studying Social Sentiment at the Regional Level. *Problemy razvitiya territorii* [Problems of territory's development]. Vol. 5. No. 67: 96–103. (In Russ.)
- Morev M.V., Kaminsky V.S. (2014) Social Mood: Factors of Formation and Territorial Features. *Problemy razvitiya territorii* [Problems of territory's development]. Vol. 4. No. 4: 48–66. (In Russ.)
- Nazarov M.M., Kublitskaya E.A. (2016) Social Mood in the Metropolitan Metropolis: Results of a Comparative Analysis. *Nauka. Kul'tura. Obshchestvo* [Science. Culture. Society]. No. 1: 171–188. (In Russ.)
- Saksudaeva S.O. (2009) The basic characteristics of social mood of youth (on the Republic of Buryatia example). *Vestnik Buryatskogo gosuniversiteta. Filosofiya* [Bulletin of Buryat State University. Philosophy]. No. 6: 190–193. (In Russ.)
- Shabunova A.A., Guzhavina T.A., Kozhina T.P. (2015) Trust and social development in Russia. *Problemy razvitiya territorii* [Problems of territory's development]. No. 2 (76): 7–19. (In Russ.)
- Tikhonova E.V. (2016) Social mood as an indicator of the population's perception of social reality. *Materialy Afanas'evskih chtenij* [Materials of the Afanasiev Readings]. No. 3 (16): 12–16. (In Russ.)
- Toschenko Zh.T. (1998) Social mood – a phenomenon of contemporary sociological theory. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 1: 21–34. (In Russ.)
- Toschenko Zh.T., Kharchenko S.V. (1996) *Social mood*. Moscow, Academia. (In Russ.)
- Vasil'eva O.V. (2017) Social mood as a general indicator of the social subject's position in society. *Aktual'nye voprosy obshchestvennyh nauk: sociologiya, politologiya, filosofiya, istoriya* [Topical issues of social sciences: sociology, political science, philosophy, history]. No. 1–2 (61): 48–55. (In Russ.)
- Vasil'eva O.V. (2019) Sociological dimension of social mood. Post-non-classical approach. *Upravlenie uslozhivym razvitiem* [Sustainability Management]. No. 5: 53–60. (In Russ.)

Received: 27.06.23. Final version: 04.08.23. Accepted: 07.08.23.