

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КЛИМАТА

В.И. Попов

В статье проанализированы исследования американских, западно-европейских и российских ученых по определению понятия социально-политического климата. Сделана попытка авторского определения данного понятия.

Для характеристики состояния общества в западной и отечественной науке часто используются понятия «психологическая атмосфера», «организационный климат», «социальный климат», «инвестиционный климат», «производственный климат», «климат лидерства», «климат общественного мнения» «инвестиционный климат», «социальная атмосфера», «социальная среда» и другие.

Понятие «климат» широко применяется для характеристики состояния социальной группы с 50-х годов прошлого века в американской и западноевропейской социологии и психологии. Понятие «социальная атмосфера» используется в большинстве случаев как эквивалент понятия «социальный климат». К научному исследованию такого общественно-явления как социальный климат, впервые, в первой половине XX века, обратились американские исследователи.

Наиболее глубоко в западной, в частности, американской науке в первой половине прошлого века исследована природа социального организационного климата. Американский исследователь К. Левин был одним из первых ученых, который в конце 30-х годов использовал термин «климат» в том понимании, которое ему придается в настоящее время. В своих социальных экспериментах К. Левин создавал различную социальную атмосферу, социальный климат малых групп. Однако, тот факт, что К. Левин работал с малыми социальными группами, по-видимому, явился одной из причин того, что в течение довольно длительного времени основные его идеи о социальном климате не могли найти адекватного применения в науке. Кроме того, исследователь ни в одной своей работе не дал формального определения термина «климат», хотя неоднократно и широко использовал этот термин и представлял содержательное описание некоторых его параметров [1].

В самом общем виде под социальным организационным климатом американские исследователи понимали «набор характери-

стик», которые описывают социум (организацию) и которые:

а) дифференцируют одну организацию от других;

б) являются довольно устойчивыми во времени;

в) влияют на поведение людей в организации.

В 50-60 годах в американской науке несколько смещаются акценты в изучении социального организационного климата. В этот период объективные характеристики социума рассматриваются как параметры организационного климата и как причинные факторы по отношению к поведению членов социума. Следует отметить, что концепция, согласно которой социальный организационный климат представляет собой описание социально-психологической среды, ныне занимает доминирующее положение в американской науке. В рамках общего концептуального понимания климата как продукта восприятия имеется направление, представители которого делают акцент не на свойствах организаций и их восприятии, а на характеристиках индивидов, воспринимающих эту организацию. Организационный климат – это «подходящий ярлык для обозначения индивидуальных процессов, промежуточных между объективной производственной средой и индивидуальными установками и поведением», продукт индивидуального восприятия [1].

Американские ученые Л. Реймс и А. Джонс высказывают мнение, что термин «психологический климат» более адекватно отражает сущность понятия индивидуального восприятия различных аспектов организационной среды, тогда как термин «организационный климат» более подходит для анализа климата как свойства организации.

На близкой (но не идентичной) основе проводят разграничения между понятиями «организационный климат» и «психологический климат» Д. Гевин и Дж. Хоув: Согласно предложенной ими теоретической модели, психологический климат изменяется, в основном, как функция индивидуальных разли-

чий в восприятии организации и психологический климат становится климатом организации. Организационный же климат «проявляет» меньшую изменчивость как функция ситуационных характеристик. В принципе, под организационным климатом можно понимать некоторую глобальную характеристику организационной среды, ее наиболее существенный компонент (который характеризует ее состояние и возможности).

Г. Форхенд и Х. Гилмор отмечают, что «организационный климат представляет собой понятие, основанное на ковариации индивидуальных различий между организациями».

Американскими учеными было выделено 3 типа социального организационного климата:

- 1) авторитарно - структурированный;
- 2) демократический;
- 3) ориентированный на достижение успеха индивидами в их деятельности.

Э. Нозль, описывая явления нежелания искренне и открыто высказывать свои политические предпочтения, использует понятие «климат общественного мнения», суть которого состоит в том, что это общественное мнение об общественном мнении. Другими словами, если начинает формироваться мнение о снижении рейтинга или влияния определенного политического субъекта (но это именно общественное мнение, а не мнение политических лидеров), то сторонники этого политического субъекта начинают скрывать и не выражать открыто свои политические симпатии и ориентации из-за боязни определенной социальной изоляции или частичной утрате своего политического влияния на какую то часть избирателей.

Следует отметить, что в американской и западноевропейской науке понятия социальные «атмосфера», «среда», «климат» широко используются для характеристики состояния общества, социальных условий, социальной среды уже около ста лет.

При этом в американской и западноевропейской науке понятия социального организационного, производственного климата, климата общественного мнения, климата лидерства, инвестиционного климата не всегда связывается с политикой и чаще характеризуют состояние дел в какой-то конкретной сфере жизнедеятельности.

В исследованиях Г. Форхенда, Х. Гилмора, К. Левина, Дж. Хоува, Д. Гевина четко не определены, не разведены и не дифференцированы понятия социального климата, со-

циальной среды, социальной атмосферы. Изучая структуру, цели, стиль руководства социумом, исследователи социального климата в американской науке часто отождествляют его с социально-психологической средой ограниченной социальной группы и реже с политическими процессами и политической культурой общества.

Исследуя этот политический феномен с 30-х годов XX века, часто и широко используя понятие социального климата, американские и западноевропейские ученые до сегодняшнего дня не сформулировали его определения, не выяснили его основные параметры, характеристики и структуру.

Интерпретация социального климата в американской и западно-европейской науке как социально-психологической среды, как набора свойств социальной среды, как продукта восприятия социальной среды отдельными людьми, как глобальной характеристики социальной организационной среды не позволяет нам в полной мере раскрыть содержание понятий социального и социально-политического климата.

Современная отечественная наука вместе с понятиями «социальный климат», «социальная атмосфера», «социальная обстановка», широко использует категории «среда», «социальная среда» «социально-политическая ситуация».

В работах российских ученых В.В. Бойко, А.Г. Ковалева, В.Н. Панферова, В.Д. Парыгина и др. изложены следующие подходы к данной проблеме. Под социальной средой в работах отечественных исследователей чаще всего имеется в виду та совокупность объективных факторов, которая влияет на формирование и поведение личности в социуме.

Исследователи обычно выделяют макросреду (характер общественного разделения труда, вытекающая из него социальная структура общества, система образования, воспитания и т.д.) и микросреду (семья, школа, трудовой коллектив).

Социальная среда определяется общественными отношениями на уровне общества в целом и на уровне социальных классов, регионов, социальных организаций, социальных ценностей и норм. Под микросредой понимают совокупность малых социальных групп, контактных коллективов и организаций, в которые включается личность в процессе социального общения и деятельности

Взаимодействие личности со своей непосредственной микросредой, различающее-

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КЛИМАТА

ся от группы к группе, сохраняет определенную закономерную преемственность. Это обусловлено тем, что, различные малые группы, контактные коллективы и организации, входящие в структуру микросреды, не есть закрытые социальные системы, а, являясь составными элементами общества, формируются на основе конкретных политических, социально-экономических отношений и данной культуры. Вместе с тем, следует отметить, что социальная среда в отечественной науке исследуется преимущественно с позиций взаимоотношений человека и ограниченной социальной группы, а не с обществом в целом.

Наиболее глубоко в отечественной науке изучена социально-психологическая сторона общественного климата. В своих работах В.Д. Парыгин указывает на близость понятий социально-психологического климата, и духовной атмосферы социума, но не отождествляет эти понятия. Он полагает, что духовная атмосфера это специфическое психологическое состояние той или иной группы людей, проявляющееся в общении их друг с другом и стиле совместного поведения. Сама атмосфера может быть достаточно изменчивой и характеризуется, как правило, высокой степенью подвижности. Социальная атмосфера, это неустойчивая, постоянно изменяющаяся и подчас неуловимая сторона коллективного сознания.

Понятие «социально-психологический климат», по его мнению, обозначает не те или иные ситуативные перемены в преобладающем настроении людей, а лишь его устойчивые закрепившиеся черты и характеристики. Под социально-психологическим климатом он подразумевает преобладающую и относительно устойчивую духовную атмосферу или психический настрой коллектива, проявляющуюся как в отношениях людей друг к другу, так и в их отношении к общему делу.

Автор этих строк склонен полагать, что социальная среда, более емкое и широкое понятие, чем социальный климат, и является, по сути, условиями, в которых протекают социальные процессы, а социальный климат лишь характеризует эти условия.

Понятием «социальная атмосфера» в отечественной науке чаще всего характеризуется неустойчивая, быстроменяющаяся грань общественного сознания. Понятие «социально-политическая ситуация» преимущественно используется исследователями для того, чтобы охарактеризовать состояние со-

циальной, политической и экономической сфер жизнедеятельности общества в конкретный период времени и в определенном месте.

В исследованиях В.Д. Парыгина, В.В. Бойко, А.Г. Ковалева, Ю.Л. Неймера, касающихся проблем социального климата, понятие трактуется как преобладающий и относительно устойчивый психический настрой в обществе [2].

Вряд ли можно целиком согласиться и с другой крайностью – склонностью рассматривать социальный климат лишь в качестве психологического фона для совместной деятельности людей.

Следует отметить, что в отечественной науке наибольшим вниманием отмечены социально-психологические, морально-психологические составляющие социального климата и немного работ, посвященных социальному и социально-политическому климату.

В кратком энциклопедическом словаре под социально-психологическим климатом подразумевают систему психологических условий, влияющих на продуктивность совместной деятельности и развитие личности в группе (высокая требовательность членов группы друг к другу, доверие и доброжелательность, отсутствие давления руководителей, удовлетворенность принадлежностью к данному коллективу, повышенная групповая сплоченность и др.) [3].

Российский исследователь Ю.Л. Неймер считает, и в этом с ним вполне согласен автор данной работы, что социально-психологический климат в узком социуме не может существовать обособлено от внешней среды. Он отмечает, что социально-психологический климат малого социума не может не зависеть от социально-политической и экономической ситуации в обществе; определяет, социально-психологический климат как «внутреннее состояние какой-либо общности, отражающее ее комплексную способность достигать стоящие перед ней цели». Говоря о внутреннем состоянии, имеется в виду, что оно определяется системой взаимосвязанных между собой и зависимых друг от друга качеств. Среди базовых качеств и характеристик, определяющих внутреннюю природу социально-психологического климата, Ю.Л. Неймер, на наш взгляд совершенно справедливо, называет следующие: коллективные социальные ценности, нормы поведения и установки, социальные ожидания, уровень идентификации индивидов и групп с общно-

стью, сплоченность общности. Он исходит из того, что социально-психологический климат это явление динамичное, постоянно находящееся в развитии. Для характеристики состояния, в котором пребывает данный социум, он использует понятия «благоприятный» и «неблагоприятный» социально-психологический климат.

В.Е. Семенов выделяет понятие морально-психологического климата общества и рассматривает его «как специфическое массовое состояние, преобладающий ценностно-нормативный, нравственно-эмоциональный настрой в социуме в определенный исторический период» [4].

Одним из элементов составляющих социальный климат, характеризующим экономическую сторону жизни общества является инвестиционный климат. В конце 90-х годов прошлого века понятие инвестиционного климата прочно вошло в научный оборот отечественных ученых.

В экономической научной литературе, в частности, в работах В.С. Барда инвестиционный климат определен как комплексная экономическая категория, выражающая на качественном уровне совокупность политических, макро- и микроэкономических, социальных и социально-психологических, а также других факторов, характеризующих целесобразность и надежность инвестиционных решений.

Составляющими элементами инвестиционного климата, формирующими его общую оценку, являются: *политическая ситуация*, участие в межнациональных экономических союзах и объединениях, законодательное обеспечение права собственности, характер хозяйственного законодательства, правовые гарантии инвестиционной деятельности, государственная экономическая политика в отношении инвестиций, склонность к национализации, степень государственного вмешательства в экономику, прочность государственных институтов, преемственность государственной власти, динамика ВВП, национального дохода, основные параметры государственного бюджета, уровень инфляции, наличие условий для свободного маневра капитала.

Следует отметить, что на формирование благоприятного инвестиционного климата решающее влияние оказывают политические, социальные, морально-психологические и другие факторы, характеризующие состояние общества [5].

Указывая на тесную взаимозависимость социальной и экономической политики, российский исследователь А. Ахмадеев трактует «социальный климат общества» как интегральное, собирательное понятие. Он, по его мнению, вбирает в себя такие дефиниции, как «моральный», «психологический», «производственный», «политический», «организационный» и т. д. Понятие «социальный климат» характеризует состояния и тенденций развития всех форм и видов общественного бытия и общественных отношений: политических, экономических, организационно-управленческих, нравственных, правовых, этических, социокультурных, социально-психологических и др.» [6].

Последние годы в отечественной научной литературе, в публицистике и политике для характеристики состояния общества все чаще используется понятие «социально-политический климат».

Следует отметить, что термин «социально-политический климат», «социально-политическая обстановка», «социально-политические настроения», «социально-политическая атмосфера», «социально-политическая ситуация» зачастую используются довольно свободно, вольно, нестрого.

Понятие социально-политического климата используют, как правило, для характеристики устойчивых, сложившихся показателей состояния общества.

При достаточно широком спектре применения понятия «социально-политический климат» в научной литературе, под этим понимается характеристика состояния общества, отражающая степень социальной напряженности и уровень политической стабильности, состояние экономики, и процессов протекающих в духовной сфере, а также характер взаимоотношений и взаимодействий между социальными группами, слоями, конфессиями, государствами.

При всем многообразии применения понятия «социально-политический климат», очевидно использование его в узком и широком смысле. В узком смысле о социально-политическом климате говорят как о характеристике одной (в данном случае политической) сферы общественной деятельности, рассматривая его изолированно и в отрыве от экономического, социально-психологического и других аспектов жизни общества.

Чаще, например, в работах А. Ахмадеева, М.А. Заборова, В.Е. Семенова, В.С. Барда понятие «социальный» и «социально-

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОНЯТИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО КЛИМАТА

политический климат» используются в широком смысле и строго не разводятся. В этом случае социально-политический климат трактуется как некое емкое интегральное понятие, включающее в себя такие составляющие как «психологический», «организационный», «производственный», «моральный», «инвестиционный», «климат лидерства», «климат общественного мнения» и др.

Изменение состояния климата в одном из составляющих его элементов ведет за собой и изменение социально-политического климата в целом. В данном случае имеет смысл утверждать, что изменения в каждом из составляющих его элементов есть и причина и следствие общего изменения социально-политического климата.

Однако попытка исследования такого сложного общественного явления как социально-политический климат будет неэффективной, если подходить к этому политическому феномену только с позиций характеристики состояния общества и тенденций его развития. Очевидно, что следует взглянуть на это явление и с точки зрения оценки его как условий, в которых действуют политические субъекты.

Анализируя вышеизложенное, автору данной работы наиболее близка позиция, согласно которой социально-политический климат может быть определен как характери-

сти социальной среды, отражающая состояние всех сфер жизнедеятельности общества, как общественный настрой, создающий условия, в которых протекает политический процесс и формируется политическая культура. Он может быть благоприятным, оптимальным, стабильным, предсказуемым, напряженным, взрывоопасным и др.

ЛИТЕРАТУРА

1. Паповян С.С. Исследования «организационного климата» в американской психологии // Вопросы психологии, 1978, № 2.
2. Парыгин Б.Д. Общественное настроение, его природа и динамика / Проблемы общественной психологии. – С. 286.
3. Большой толковый социологический словарь / Дэвид Джерри, Джулия Джерри. Т.1. – М.: Вече АСТ, 1999.
4. Семенов В.Е. О влиянии морально-психологического климата на ценностные ориентации петербуржцев // Вестник Санкт-Петербургского университета, 1996. Серия 6, вып. 2, №13. – С. 42-45.
5. Бард В.С. Инвестиционные проблемы Российской экономики. – М.: «Экзамен», 2000. – С. 63-77.
6. Ахмадеев А. Социальная политика государства в реформируемом обществе // Ватандаш, 2001, [http: www.rbtj. ru / vatandash](http://www.rbtj.ru/vatandash) – [www. htm](http://www.rbtj.ru/vatandash).