

особистості, незалежності від зовнішніх впливів та оцінок, здатність самостійно регулювати власну поведінку, що є особливо важливим для ситуації розбіжності інтересів у конфліктній ситуації.

Висновки. Щоб конфліктна ситуація була розв'язана конструктивно, майбутні фахівці мають уміти аналізувати свої психологічні особливості, цінності й цілі, соціальні ролі, коригувати поведінку, розуміти інших і бути толерантними до відмінностей цілей, цінностей інших людей, застосовувати адекватні ситуації стратегії поведінки для порозуміння й досягнення згоди, прийнятної для всіх сторін конфлікту. Ураховуючи перспективи професійного зростання, для майбутніх фахівців корисно здобути досвід попередження й розв'язання конфліктів, виконання функцій медіатора, посередника під час проведення переговорів та досягнення згоди між сторонами, що конфлікують.

1. Зайцева Т. В. Теория психологического тренинга : Психологический тренинг как инструментальное действие / Т. В. Зайцева. – С. Пб. : Речь ; М. : Смысл, 2002. – 80 с.
2. Пилат Н. І. Соціальна ідентичність особистості як чинник вибору стилю поведінки в конфлікті : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.05 «Соціальна психологія, психологія соціальної роботи» / Н. І. Пилат ; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – К., 2004. – 20 с.
3. Скотт Дж. Г. Способы разрешения конфликтов / Дженнифер Г. Скотт. – С. Пб. : ВИК, 1994. – 210 с.

УДК 159.9.316.6

Валерія Заболотна

ЦІННІСНО-НОРМАТИВНА РЕГУЛЯЦІЯ ПОВЕДІНКИ В «ПОЛІ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ»

Стаття присвячена сучасним вимірам ціннісно-нормативної регуляції поведінки, зокрема процесам у сфері масової моральної свідомості як на соціально груповому, так і на мікросоціальному рівнях у контексті напрацювань дослідницької школи С.Московічі. Подальше вивчення закономірностей функціонування масової моральної свідомості створить можливість розробки ефективних методик морально-етичного виховання, що будуть суттєво відмінними від абстрактного, недієвого моралізаторства.

Ключові слова: соціальні норми, цінності, моральна свідомість, соціальні уявлення, образи й символи масової свідомості, світ повсякденності.

This article is devoted to modern measurements of value-normative regulation of behavior, including processes in the field of mass moral consciousness as the social group, and at the microsocial level in the context of a research school S.Moskovichi. Further study of the laws of functioning of mass moral consciousness creates the opportunity to develop effective methods of moral and ethical education that are significantly different from the abstract and ineffective moralizing.

Keywords: social norms, values, moral consciousness, social representations, images and symbols of mass consciousness, the world of everyday life.

Актуальність дослідження ціннісно-нормативної регуляції поведінки полягає в тому, що для постіндустріального суспільства характерно переважання

конвенційної моралі як основного за розповсюдженістю й впливовістю компонента моральнісної культури. Разом із тим збільшується можливість творчої самореалізації в міжособистісних стосунках, яка призводить не тільки до конструктивних надбань, а й до сплесків масового псевдоноваторства (сексуальна революція, контркультура тощо). Така ситуація в умовах переходу до інформаційного суспільства породжує напружене протистояння між неоліберальною культурною парадигмою з її основною духовною орієнтацією на особисту свободу й творчість та неоконсервативною, спрямованою на підтримання адаптаційних, конформістських, традиційних підвалин життя. Водночас, ціннісно-нормативна регуляція поведінки стає предметом різних напрямів соціальної психології, які були орієнтовані на групову діагностику й корекцію, що сприяє «органічній солідарності» (Е.Дюркгейм) й особистісному розвитку. Зокрема, починає вивчатись механізм дії соціальних норм як факторів, що обумовлюють форму, мотивацію, спрямованість, оцінку поведінки члена певної групи в межах дослідження групової динаміки, яке започатковано в 30-ті роки. Так, значним внеском є роботи з інституційних норм Ф.Оллпорта, механізмів дії соціальних норм М.Шерифа, вивчення впливу «груп членства» і «референтних груп» на прийняття норм, установок і думок членами цих груп, яке проводив Т.Ньюком. З другої половини ХХ ст. практично всі дослідження з групової динаміки та групової взаємодії включають аналіз дії соціальних норм. Як спеціальні напрями оформлюються дослідження групових норм відповідальності, взаємності, норм, що регулюють поведінку взаємодопомоги й альтруїзму, моральних норм. Окремі дослідження присвячуються співвідношенню норм та установок членів групи, поведінці в умовах аномії, співвідношенню норм і рольових очікувань, механізмам відхилення від нормативно заданої поведінки, дії референтно-еталонних груп, формуванню й дії норм, що складаються в ході групових дискусій. Так, М.Шериф і К.Шериф довели, що наявність загальних норм є поряд зі статусно-рольовими взаєминами суттєвим показником групи (як малої, так і великої), що й відрізняє групу як нормативно організовану спільність від ситуаційного групового об'єднання. Процес вироблення й стабілізації системи норм у ході формування реальної (а не номінальної) групи неодноразово спостерігався багатьма дослідниками в різних галузях. Прикладом можуть стати процеси стабілізації норм у так званих тренувальних групах (Т-групах) у галузі управління й промисловості, які виділив засновник сучасної соціології організацій Дж.Марч. Функціональну цінність норм більшість дослідників пов'язує з їх роллю в забезпеченні стабільності групи та її структури, у підтриманні певного курсу дій, спрямованого на досягнення її цілей. При цьому Д.Мак-Девід і Х.Харарі зазначають, що норми можуть викликати й консервативну ригідність групи, яка може обмежувати можливості останньої та перешкоджати діяльності в нестабільних і незвичайних ситуаціях та умовах. Так, надмірна нормативна жорсткість радянської системи зумовила непродуктивну реакцію багатьох соціальних груп, насамперед інтелігенції, на можливості, що розкривалися на першому етапі перебудови. Заслуговує на увагу й дослідження психологічного членства в соціальній групі, яке передбачає особистісне прийняття групових норм, і лише за

таких умов формується дійсне психологічне, а не номінальне членство. У дослідженнях Т.Ньюкома, а потім і Р.Мертонна відзначено явище розбіжності між групою членства й референтною групою, а також можливість збігатися в результаті нормативного включення індивіда в референтну групу. Виділення Т.Хайменом таких типів референтної групи, як «компаративна», що являє собою оціночний стандарт, і «нормативної», яка виконує регулятивну роль стосовно поведінки індивіда, може бути конкретизовано стосовно відмінностей моральної регуляції на рівні другої стадії конвенційної моралі (громадянська, національна, регіональна належність). Поняття «компаративної референтної групи» конкретизоване в теорії «відносної депривації» С.Стауффера. Більш широке тлумачення поняття нормативної групи в роботах А.Стросса і Т.Шибутані має багато спільного з поняттям «узагальнений інший» Дж.Міда.

Мета статті полягає в необхідності виявити не достатньо вивчену дослідницьку проблему, що пов'язана зі специфікою моральної регуляції поведінки в просторі масової свідомості, і ті теоретико-методологічні підходи до цієї проблеми, які ще не набули достатнього розвитку у вітчизняній психології. В емпіричних дослідженнях неодноразово доведено, що людина оволодіває нормами в процесі соціалізації, орієнтуючись на «значущих інших», приймає саме їх норми. Ці «значущі інші» є «типовими» представниками групи, до якої вона належить або бажає належати, а саме «референтної групи». Практично немає таких сфер психічної діяльності й особистісного світу людини, на які не впливало б її членство у певній групі; групові норми впливають на більшість перцептивних і поведінкових реакцій людини. Масова моральна свідомість є досить специфічним соціально-психологічним феноменом, вона, як і будь-яка інша форма соціальної свідомості, залежить від ціннісних зразків-ідеалів, у ній також відбивається той рівень узагальнень, які породжені загальними реальними обставинами повсякденного життя, і це присутність буденності, пересічних бажань і потреб. Культурний еталон морального судження приходить начебто ззовні, але, пройшовши через однаковий внутрішній фільтр, одні судження й відповідні їм образи стають надзвичайно популярними, інші – тануть, мов химери, або кам'яніють, утрачаючи зв'язок із живим подихом безпосереднього буття людини.

Зважаючи на суттєву охоронну функцію масової моральної свідомості стосовно конвенційної моралі, здатність до збереження й відтворення позитивної установки стосовно вимог суспільної моралі, які відповідають потребам життя, саме в царині масової моральної свідомості можливі й найглибші падіння, які знаменують початок катастроф і потрясінь, а також початок відродження моральних засад життя, якщо етнос або нація знаходить сили для породження зі своїх надр особистостей пасіонарного типу (людей обов'язку й відповідальності).

У сучасному динамічному багатоманітному світі соціальна співпраця, солідарність, міжнародне співробітництво можливе за умови наявності в управлінській еліті зворотного зв'язку з масовими груповими цінностями, орієнтаціями. Адже максимум прозорості й відкритості, діалогічності, публічності, плюралізму існують на ґрунті певних переваг, уподобань, установок у сфері колективного ціннісно-символічного універсуму. На нашу думку, високий евристичний потен-

ціал для дослідження реальних духовно-моральних цінностей, якими послуговується певна спільнота, є в понятті «поле соціальних уявлень», яке розробляв видатний французький дослідник С.Московічі та його послідовники.

Повернення в соціальну психологію поняття «уявлення» відбулося в працях С.Московічі, який відтворив дюркгеймівську традицію, продовжив і розвинув її. Він підкреслював, що соціальна психологія для того, щоб бути соціальною дисципліною, повинна вивчати реальні суспільні відносини, і такою галуззю реальності він уважав соціальні уявлення, символічно назвавши одну із праць «Наступ ери уявлень», надаючи уявленням статус предмета соціальної психології. На його думку, саме в повсякденному пізнанні є органічно пов'язаними внутрішній і зовнішній світ, що утворюють цілісний нерозривний комплекс, А тому поняття «образ», «думка», «установка» недостатні, бо постулюють певний розрив суб'єкта й об'єкта. Поєднуючи в собі атрибути образу й поняття у сформованому вигляді, уявлення є узагальненим символом, знаком певних суспільних явищ, когнітивним світом індивіда й групи. Ствердження С.Московічі про макросоціальний, суспільний характер уявлень базується на тому, що вони, як когнітивні утворення, відносяться до тих проявів психічного, які безпосереднім чином детерміновані соціальними умовами життя, є системами, «що мають особливу мову, логіку й структуру імплікацій, системами, які стосуються як цінностей, так і понять».

Таким чином, уявлення тоді стають предметом соціальної психології, коли це не думки окремого індивіда, а уявлення його як представника групи. Звернення до проблематики великих груп, які майже півстоліття знаходилися поза увагою науки, є важливою теоретичною основою для розгляду масових моральних уявлень певного суспільства, бо за своєю сутнісною природою вони є найбільш універсальним, усезагальним компонентом культури суспільства. Вони породжують соціально-психологічну спільність, стають визначальною характеристикою групового єднання. Найбільш загальне визначення соціального уявлення належить послідовниці С.Московічі Д.Жоделе. Вона вважає, що категорія соціального уявлення визначає специфічну форму пізнання, а саме знання здорового глузду, зміст, функції та відтворення яких соціально обумовлені. У більш широкому значенні соціальні уявлення – це властивості повсякденного практичного мислення, спрямовані на освоєння й осмислення соціального, матеріального та ідеального оточення. Як такі, вони мають особливий характер щодо організації змісту, ментальних операцій і логіки. Соціальна детермінованість змісту й самого процесу уявлення визначається контекстом та умовами їх виникнення, каналами циркуляції і, врешті, функціями, якими вони слугують у взаємодії зі світом, іншими людьми.

Представники цього напрямку соціальної психології виходять із того, що формування уявлень – це психологічна необхідність соціального життя. Вони є певною мірою стійкими утвореннями й водночас мають рухливий характер. Саме пластичність робить їх незамінним елементом у структурі повсякденного соціально-психологічного знання.

С.Московічі виділяв три структурні компоненти соціальних уявлень, стосовно яких можна здійснювати певні емпіричні виміри: інформація, поле уяв-

лення, установка. Інформація визначається традиційно як сума знань про об'єкт уявлення (кількість інформації вимірювалася за допомогою шкали Гутмана). Поле уявлення існує там, де віднаходиться ієрархізована єдність елементів, певне багатство змісту, образні й смислові властивості уявлення. Установка в концепції С.Московічі виражає загальне (позитивне чи негативне) ставлення суб'єкта до об'єкта уявлення. Але при цьому за поняттям «установка» С.Московічі не визнає достатнього описового й пояснювального потенціалу. На відміну від перших двох вимірів установка існує за недостатньої інформованості й нечіткості поля уявлення.

Як форми колективного знання, соціальні уявлення будуються на основі інформації, оцінок, знання, що набуваються в процесі освіти, а також масових комунікацій, проте їх основною характеристикою залишається залучення до вирішення повсякденних завдань звичайного життя людей. Намагання розкрити механізми «психологіки», закономірності «епістемології здорового глузду» привело С.Московічі до необхідності його визначення. Специфіка законів і логіки буденного пізнання в порівнянні із законами й логікою наукового пізнання дуже велика. Розвиток засобів масової комунікації в умовах науково-технічного прогресу суттєво змінив повсякденне життя людей. Основою та джерелом суджень здорового глузду стають наукові знання, засвоєні й трансформовані в ролі орієнтирів буденного досвіду. Цей сучасний здоровий глузд не здобувається й не розділяється членами спільноти на знання «з перших рук», що передаються переважно усним шляхом. Він являє собою сукупність розумових образів і зразків, що є знанням «з других рук», поширюючись головним чином письмовим шляхом і проявляючись виключно в образній формі.

Поряд із пізнавальною й поведінковою функціями визначається як дуже важлива й адаптаційна. Функціональна роль соціальних уявлень полягає в тому, щоб адаптувати нові соціальні факти, наукові дані, політичні події до уже сформованих раніше поглядів, думок, оцінок. С.Московічі вважає, що соціальні уявлення – це дуже важлива складова, своєрідна незалежна субстанція соціального світу. Усе дозволяє нам бачити в них конституюючий фактор соціальної реальності такою ж мірою, якою невидимі частинки й поля є конститувальними фізичну реальність, вони мають цінність для соціальної психології як одиниця й одночасно інструмент «відтворення» соціальної дійсності.

Французька школа соціальних уявлень займає важливе місце в сучасних дослідженнях соціальної психології не тільки завдяки своїм узагальнювальним теоретичним ідеям, а й виходячи з оригінальності й плідності таких польових методів дослідження, як неструктурована бесіда (К.Херзліш), аналіз думок (С.Московічі), контент-аналіз книжок і фільмів про дитинство (М.-Ж.Шомбар де Лов).

Саме те, що соціальне уявлення завжди виконує функцію символу, образу певного суспільного явища, робить його таким важливим для аналізу процесів, що відбуваються в масовій моральній свідомості, коли наростає аномія й для визначення основних каналів впливу, що можуть частково призупинити цей процес або протидіяти йому, моделюючи можливі варіанти «візуалізації» норма-

тивних цінностей, що втратили безпосередні образні форми втілення, а з ними й функцію впливу на поведінку людей.

Здатність уявлень передбачає «відтворення» не тільки реальних, а й фіктивних, придуманих, відсутніх об'єктів у формі об'єктів істинних, існуючих, близьких. Тому прогнозування тієї форми морально-виховного впливу певної передачі телебачення, яка збігатиметься із продуктивністю масової свідомості з формування соціальних уявлень, є дуже важливим показником ефективності роботи й має основним критерієм популярність. Тож можна стверджувати, що в кінцевому результаті популярність – це не тільки прояв невибагливого смаку, а й демонстрація тих граничних продуктивних можливостей, на які може підніматися масова свідомість у ході створення соціальних уявлень, виходячи з конкретних умов реального буденного життя.

Важливою теоретичною проблемою є дослідження процесу формування соціальних уявлень. У концепції С.Московічі поняття «формування» означає можливий зв'язок тих чи інших феноменів у свідомості, це конструювання й оцінка реальності на основі отриманої ззовні інформації. Уявлення є сукупністю образів певного об'єкта, продуктом конструювання найрізноманітніших феноменів: його об'єктом можуть бути наукові теорії й культура в цілому, хвороба й здоров'я, жінка і дитина, людське тіло, міський простір, завдання і партнер у внутрішній груповій взаємодії. Відповідно до «динамічної моделі» процесу, «відповідальні» за формування соціального уявлення, умовно можна поділити на внутрішні й зовнішні. Зовнішні процеси, які є образною «об'єктивацією» предмета уявлень, – це персоніфікація з найбільш відомим представником якоїсь групи явищ. Ця протилежна в порівнянні з науковим пізнанням тенденція полягає в намаганні здорового глузду особистісно «зафарбувати» всяке знання. На другому етапі «об'єктивації» інформація оцінюється із позицій властивих групі нормативних критеріїв.

Автори цієї концепції не змогли обминути проблему цілеспрямованої діяльності із формування уявлень засобами преси, вивчення психології пропаганди. Московічі виділяє дві функції пропаганди, які згодом розглядає емпірично: регуляторну й організуючу. Регуляторна функція розглядається як тенденція, спрямована на укріплення внутрішньої єдності групи, від якої виходить пропагандистський матеріал, а організаційна функція включає «адекватну розробку змісту комунікацій», трансформацію «соціального поля» уявлень у певній ситуації.

Пропаганда визначається як форма групової активності в конфліктній ситуації за допомогою розробки й внесення уявлення про об'єкт конфлікту. Феномен уявлення розглядається як центральний елемент організації пропагандистського впливу. Пропаганда стимулює дію, продукує установки шляхом створення або модифікації уявлень про реальність. У формуванні уявлення основну роль відіграє механізм повторення, при цьому йдеться не про стереотипний повтор одного й того ж, а про феномен інтеграції. Для цілей пропаганди вибираються теми, які мають для групи афективну або інтелектуальну значущість, їх упорядкування й зв'язок з об'єктом конфлікту кристалізує уявлення, а повторення еквівалентних тем акцентує модель, яка знаходиться в його основі.

Послідовні смислові повторення – інтеграції уявлення – зумовлюють спрощену модель зв'язування знака, що призводить до втрати первісного багатства змісту, утворення кліше. За рахунок емоційного потенціалу сформовані уявлення «енергетично мобілізують поведінку», оскільки перехід із когнітивного плану в емоційний народжує «почуття переконання».

У моральній культурі суспільства цей процес формування уявлень найяскравіше проявляє себе в обов'язковій персоніфікації різних людських добродієв в образах міфології, фольклору і т. д. Культурологи також зафіксували цей процес, який вони поділяють на два етапи: 1) спочатку – приблизний ескіз явища, ментальне зображення його найбільш уражаючих якостей; 2) поступовий рух до більш стабільної умовної конструкції, формування «фігуративної схеми», «образного ядра» уявлення.

З вищевикладеного матеріалу можна зробити такі **висновки**. Насамперед стосовно того, що закономірні етапи обробки зовнішніх даних і створення соціальних уявлень залишаються найбільш продуктивним потенціалом масової свідомості і в наш час. Водночас наразі суттєво змінились об'єкти переробки й відбувається повторне адаптивне переосмислення більш складних форм пізнання в порівнянні з тим первинним процесом, яким є утворення соціальних уявлень. Безумовно, такий підхід не може охопити увесь обсяг соціально детермінованої психічної діяльності людини, але зі значною вірогідністю дозволяє визначати природно-моральні підвалини суспільного життя. Подальше дослідження моральних й етичних засад нормативно-ціннісного регулювання передбачає необхідність виходу на більш глибокі пояснювальні принципи.

Проте в моральному житті пересічної людини структура зразків моральної поведінки, що особистісно прийнята людиною, складає той критерій, з яким співвідносяться оцінки поведінки інших людей і своєї власної. Ця структура являє собою деяку ідеальну ієрархію, яку особистість хотіла б реалізувати у своїй поведінці і якою вона себе ідентифікує. При цьому структура зразків для оцінювання інших людей може відрізнитися від тієї структури, яка являє собою критерій власної поведінки.

Можна виділити щонайменше чотири структури зразків моральної поведінки. Перша – структура цінностей, що являє собою критерій оцінки поведінки інших людей. Друга – структура цінностей, яка є критерієм оцінки власної поведінки. Третя – структура цінностей, яку особистість хотіла б реалізувати у своїй поведінці. І четверта – структура цінностей, яку особистість дійсно реалізує у своїх учинках. Така структура витікає з розходження між «суцим» і «належним» у моралі й пояснює звичайну для етичного аналізу ситуацію, коли цінності, які людина декларує, суттєво відрізняються від тієї, яку вона реалізує дійсно.

На нашу думку, подальше вивчення закономірностей функціонування масової моральної свідомості, дискурсивних практик у просторі повсякденного життя на основі соціально-психологічних досліджень школи С.Московічі та ін. створить можливість розробки ефективних методик морально-етичного виховання, що будуть суттєво відмінними від абстрактного, недієвого моралізаторства.

1. Московичи С. Век толп : Исторический трактат по психологии масс / С. Московичи. – М. : Центр психологии и психотерапии, 1996. – 412 с.
2. Мертон Р. Социальная теория и социальная структура / Р. Мертон. – М. : АСТ ; Хранитель, 2006. – 878 с.
3. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда : Метод социологии / Э. Дюркгейм ; [пер. с фр. ; изд. подгот. А. Б. Гофман]. – М. : Наука, 1990. – 575 с.
4. Дюркгейм Э. Социология, её предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм ; [пер. с фр., сост., послеслов. и прим. А. Б. Гофмана]. – М. : Канон+ РООИ «Реабилитация», 2006. – 352 с. – (История социологии в памятниках).
5. Фукуяма Ф. Великий разрыв / Френсис Фукуяма ; пер. с англ. ; под общ. ред. А. В. Александровой. – М. : АСИ Москва, 2008.
6. Бурдьё П. Социология социального пространства / П. Бурдьё ; пер. с фр. – М. : Ин-т экспериментальной социологии ; С. Пб. : Алетейя, 2005. – 288 с.
7. Moscovici S. On social representation / S. Moscovici // Forgas J. P. (ed.) Social Cognition : Perspectives on everyday life. – London : Academic Press, 1981.

УДК 316.663.4

Вікторія Кравченко

ПРОБЛЕМА ДОВІРИ: СОЦІОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Стаття присвячена актуальній проблемі довіри в сучасному суспільстві. У ній здійснюється аналіз довіри з точки зору соціологічного підходу. Автор розкриває сутність довіри в соціумі та визначає роль і місце рольових очікувань у контексті суспільних відносин. Досліджуються умови виникнення та умови існування довіри в суспільстві. У статті визначається відмінність між поняттями «впевненість» і «довіра», що мають свої особливості в різні періоди історичного розвитку. Обґрунтовується взаємозв'язок довіри в соціумі та соціального капіталу.

Ключові слова: довіра, соціальна роль, рольові очікування, рольова взаємодія, міжрольові конфлікти, соціальний капітал.

The article is sanctified to the issue of the day of trust in modern society. In her the analysis of trust comes true from the point of view of sociological approach. An author exposes essence of trust in society and determines a role and place of role-play expectations in the context of public relations. The terms of origin and condition of existence of trust are investigated in society. A difference between concepts «confidence» and «trust» are determined in the article, that have the features in different periods of historical development. Intercommunication of trust in society and social capital is grounded.

Keywords: trust, social role, role-plays expectations, role-play cooperation, interrole-play conflicts, social capital.

Постановка проблеми. Довіра займає центральне місце в дослідженнях сучасності. Науковий інтерес сьогодні зводиться до відродження громадянського суспільства, визначальну роль у якому відіграє довіра. Соціологічний підхід у науці дозволяє розмежовувати різні види довіри: довіру до особистостей, довіру до інституалізованих зв'язків та довіру до абстрактних систем, що виникають у відповідь на соціальне розшарування й рольову складність сучасного суспільства. Тому дослідження умов виникнення й існування довіри в соціумі є актуальним на даному етапі його розвитку.