

Г. М. Андреева. К проблематике психологии социального познания

Начиная с 70-х г.г. настоящего столетия в социально-психологической литературе все чаще и чаще стала заявлять о себе особая проблемная область, которая обозначила себя как «психология социального познания». Собственно говоря, термин этот приведен здесь не вполне точно, ибо в англоязычной литературе слово «психология» в наименовании этой области опущено, и она названа лаконично «Social Cognition». Понятно, что авторам термина хорошо известно его употребление не только в словаре психологии, но и в более широком спектре гуманитарных наук. Есть солидная традиция изучения социального познания в философии (прежде всего, в разделе «теория познания») и в социологии, где в качестве одной из «самостоятельных» дисциплин существует «социология познания» (или «знания»). Поэтому употребление выражения «social cognition» психологами предполагает, конечно, специфический угол зрения на проблему, и в этой связи точнее в данном случае говорить о «Психологии социального познания».

Тот факт, что психологи обратили внимание на давно обозначенную проблему именно во второй половине XX столетия, имеет свое объяснение. Вся предшествующая традиция, развитая в философии, да и в классическом варианте социологии знания (например, в работах М.Шелера и К.Маннгейма), не вполне различала два возможных акцента при изучении социального познания. Один из них — анализ *методологии* социального познания, разрабатываемой различными научными дисциплинами: их средства, приемы, нормативы, руководствуясь которыми можно изучить (познать) социальную реальность. «Социальное познание» в такой трактовке — это *научное* познание всей совокупности социальных явлений, отношений, фактов; задача и способы ее решения *исследователями*. Второй акцент, который в принципе также отмечался, — это познание социального мира «*обыденным*» человеком, непрофессионалом, познание им повседневной реальности своей собственной жизни. «Социальное познание» в данном случае — не научное знание, а то «знание», которое складывается в непосредственном жизненном опыте каждого человека. Последний выступает как «*наивный психолог*» или, в крайнем случае как «*наивный ученый*» (Moscovici, Nevstone, 1983).

Социальная психология категорически заявила о том, что ее интерес к социальному познанию связан с этим вторым возможным акцентом. Можно привести много причин того, что такой подход стал особенно актуален во второй половине столетия. Усложнение общественной жизни, проявляющееся и в убыстрении социальных процессов, и в возникновении новых форм и «сечений» общественных институтов, и во все умножающихся бурных социальных изменениях, а порою катаклизмах, требуют от обыденного человека, рядового члена общества достаточной степени понимания того, что же происходит вокруг. Ориентация в окружающем мире, естественно, всегда была потребностью человека, но она резко возрастает в новой ситуации: ориентироваться в новом, сложном мире, можно только умея более или менее адекватно интерпретировать наблюдаемые факты; без такой интерпретации легко утратить смысл как происходящего, так и своего собственного места в нем. Бурный темп социальных изменений, развитие средств массовой информации требуют от человека не только большей адаптации к социуму, но и умения «совладать» (что обозначается в английском языке словом *to cope*, отсюда существительное *coping*) с новой ситуацией, то есть оптимизировать деятельность в ней, следовательно, лучше понять, как соотносятся наши знания о мире с изменениями в нем. Таким образом познание социального мира обыденным человеком становится специальным предметом исследования.

Другая причина того, что социальная психология обратила свое пристальное внимание на социальное познание, кроется в самой логике развития этой науки. С одной стороны, в одной из «родительских» дисциплин, а именно, в общей психологии, также во второй половине века наблюдается огромный прорыв в области изучения познавательных процессов. Традиционный раздел общей психологии — познавательные процессы — все больше и больше сам становится предметом особой отрасли психологической науки — когнитивной психологии. В значительной мере это было обусловлено появлением электронно-

вычислительных машин, в связи с чем выяснилось, что операции, ими выполняемые, весьма сходны с когнитивными процессами человека (получение информации, сохранение ее в памяти, классификация и пр.). Однако, первоначальный энтузиазм, возникший в связи с новыми возможностями, открываемыми ЭВМ, обернулся угрозой оторваться от характеристики процесса познания, как он происходит в реальном мире. Поэтому в исследованиях когнитивной психологии довольно быстро были обозначены новые подходы, ориентированные на анализ когнитивной активности индивида в условиях естественной целенаправленной деятельности (Найссер, 1981). Таким образом — вольно или невольно — был сделан шаг в сторону *социально-психологического* исследования когнитивных процессов.

Социальная психология оказалась более всего подготовленной стать непосредственной предшественницей психологии социального познания. Можно назвать как минимум три области, где практически сложились предпосылки для нового широкого фронта исследований. Это — проблематика межличностного восприятия (и вообще социальной перцепции), анализ атрибутивных процессов и теории когнитивного соответствия. В каждой из этих трех областей были выявлены те или иные стороны специфики познания человеком социального мира.

Начиная с работ Дж.Брунера, социальное восприятие трактуется именно как социальное познание, поскольку акцент делается на особенности процесса категоризации социальных объектов, служащей средством не просто восприятия, но интерпретации поведения другого человека. Восприятие при этом становится не просто «репрезентацией», но построением «модели мира», так как предполагает умозаключение (Брунер, 1977), то есть некоторую ментальную «конструкцию».

Теории атрибуции расширяют спектр психических процессов, которые никак не могут быть идентифицированы только с перцептивной деятельностью. Теория *корреспондентного вывода* Э.Джонса и К.Дэвиса, теория *ковариации* (ANOVA) и *конфигурации* Г.Келли — тому примеры. Субъект восприятия в этих концепциях рассмотрен как вполне рациональная личность, которая нечто *знает* о действительности, в частности, знает, как приписывать причину наблюдаемому поведению (Келли, 1984). Это доказывает, что процесс социального восприятия по существу превращается в процесс социального познания и в данном случае.

В теориях когнитивного соответствия предложена специфически социально-психологическая интерпретация по существу философского вопроса — о природе Смысла, «субъективной рациональности». В отличие от чисто философского развития этой идеи, в теориях Ф.Хайдера, Т.Ньюкома, Л.Фестингера, Ч.Осгуда, П.Танненбаума предлагается описание психологической «технологии» поиска этого Смысла. Введение же Р.Абельсоном и М.Розенбергом понятия *психологики*, как логики обыденного человека, познающего мир (см. Андреева, Богомолова, Петровская, 1978), становится прямой вехой для изучения социального познания.

Первые обзорные работы по психологии социального познания появились с начала 70-х г.г. В настоящее время имеется довольно обширная литература по проблемам этой области знания. В качестве специального раздела она включена во все учебники и руководства по социальной психологии, начиная с 80-х г.г. Наиболее фундаментальный труд — С.Фиске и Ш.Тэйлор «Социальное познание» (Fiske, Taylor, 1994). Постепенно была сформулирована как общая концепция подхода, так и основная проблематика исследований. Были обозначены те «добавления», которые привнесены психологией социального познания к трем областям социальной психологии, названным выше. Все эти добавления связаны с уточнением того, что же понимается под «социальным познанием» в отличие от вообще «познания», с одной стороны, и от «социального восприятия», с другой: во-первых, признается факт социального *происхождения* этого познания, в том смысле, что оно возникает и поддерживается социальным взаимодействием, решающую роль в котором играет коммуникация; во-вторых, социальное познание имеет дело с социальными *объектами*, круг которых значительно

расширен (по сравнению с перечнем объектов социального восприятия) и должен быть обсужден специально; в-третьих, социальное познание социально *разделено*, т.е. его результаты являются общими для членов общества или группы, «разделяются» ими, ибо в противном случае никакие взаимодействия людей были бы невозможны.

Каждое из названных «добавлений» имеет принципиальное значение для понимания исходных положений общей концепции. Человек не в состоянии познать социальный мир в одиночку: он постоянно соотносит свое знание со знанием другого (или других), то есть процесс коммуникации включен здесь органически в сам процесс познания. Но коль скоро коммуникация всегда осуществляется при помощи языка, последний играет решающую роль в том, каким образом интерпретируется окружающий человека мир. С самых первых этапов социализации кто-то «другой» представляет человеку окружающий его мир, следовательно уже ребенок начинает воспринимать мир в некоторой *заданной* рамке. Иными словами для индивида возникает, наряду с объективной реальностью, некоторая *субъективная реальность* — **образ** окружающего мира. В этом смысле человек не просто «фотографирует» мир, но *конструирует* его. Под «конструированием» понимается приведение в систему информации о мире, организация этой информации в связные структуры, с целью постижения ее смысла. Именно это и позволяет построить «картину» объективной реальности, важность которой едва ли не значимее для человека, чем реальность объективная. В свое время У.Томас справедливо заметил, что если люди воспринимают некоторую ситуацию в качестве реальной, то она будет реальной и по своим последствиям. Тезис о том, что социальное познание есть по существу социальное конструирование, сближает современные варианты когнитивной психологии с течением, получившим название «конструкционизм», виднейшим представителем которого является К.Герген (Герген, 1995). Отметим, что самым главным в каждом из двух подходов является перемещение объяснения человеческих действий из сферы разума в сферу социального взаимодействия. Только это и позволяет человеку не просто *познавать*, но постигать *смысл* окружающего социального мира, чем подчеркивается такая важнейшая черта социально-познавательного процесса как неразрывная связь *получения знания* о мире и *осмысления* его.

Два обстоятельства должны быть учтены при анализе этих процессов. Во-первых, это старая истина психологии, что человек познает мир в зависимости от того, как он действует в нем, и, вместе с тем, действует в нем в зависимости от того, как он познает его. Отсюда важнейшая задача — вскрыть связь между *познанием* и *действием*. Во-вторых, это также ранее установленное положение о том, что познание не есть простое фиксирование внешних связей и отношений, но своеобразная *реконструкция* их. Отсюда задача — выявление механизма построения внутренней (субъективной) картины мира и активной роли того, кто эту картину строит.

Эти принципиальные установки определяют дальнейшее развертывание проблематики психологии социального познания, в которой можно выделить четыре основные блока: общая характеристика работы с социальной информацией; детерминанты этого процесса; элементы социального мира, выявляемые в ходе этой работы; социальные институты, в рамках которых процесс конструирования социального мира осуществляется.

Фокус первого блока — специфика процесса социальной категоризации. предметов. Поскольку категоризация осуществляется на основе выявления определенных *признаков* предметов, постольку в случае социального познания сразу встает вопрос о трудности обозначения границ категорий. В социальной действительности эти границы часто весьма расплывчаты, зависят в большой степени от конкретного социального и исторического контекста, порою категории слишком абстрактны или несут на себе очевидную ценностную нагрузку, что обусловлено общей позицией субъекта познания, степенью его заинтересованности во взаимодействии с тем или иным представителем той или иной категории. Но это значит, что в любом социально-познавательном процессе должны быть учтены культурно-исторические особенности тех условий, в которых этот процесс осуществляется (Герген, там же).

Трудности процесса социального познания, порождают специфические приемы *эвристики*, применяемые обыденным человеком. В данном случае эвристика понимается как своеобразный свод тех принципов, на основании которых возникают различные субъективные вкрапления в процесс освоения социальной информации. Различают *эвристику представленности* и *эвристику наличности* (Tversky, Kahneman, 1974). В первом случае речь идет о том, что человеку свойственно рассматривать какие-либо факты, как более широко представленные, чем они есть на самом деле. При этом он опирается на свой жизненный опыт, на большую вероятность события, то есть категоризирует предметы, отнюдь не опираясь на скрупулезно выделенные признаки. Аналогично употребление приемов и при помощи эвристики наличности: в данном случае явление оценивается на основе готовых суждений, которые имеются в памяти и легче всего приходят на ум при формулировании оценки. Здесь особенно уместно вспомнить, что познание обыденного человека в общем всегда есть познание реальности «жизненного мира», то есть человек познает "то, что каждый знает" (Бергер, Лукман, 1995).

Сложный процесс «работы» с социальной информацией разворачивается на протяжении четырех основных этапов: внимание, кодирование, хранение, воспроизведение. Именно в этом разделе психологии социального познания отчетливее всего проявляется ее ориентация на принципы когнитивной психологии. Это выражается, например, в широком использовании таких элементов познавательного процесса как *прототипы, схемы, скрипты, имплицитные теории личности*. Собственно, основной массив экспериментальных исследований и различных теоретических построений касается как раз детальной разработки каждого из указанных элементов. В первых работах по психологии социального познания, возможно, был сделан непропорционально большой акцент именно на такие «технологические» характеристики социально-познавательного процесса, что и дало основания критикам обвинить подход за излишний «когнитивизм» (Найссер, 1981). Но довольно быстро сама логика исследований заставила обратить внимание и на то, что остается «за пределами когниций» (Fiske, Taylor, 1994).

Второй блок исследований посвящен изучению двух рядов таких процессов: собственно «психологических» и социальных, сопровождающих когнитивный процесс и в известной степени детерминирующих его. Термин «психологические» употребляется в данном случае весьма условно: рассмотренные ранее когнитивные процессы также относятся к сфере психологического. «Повтор» термина обусловлен лишь желанием высветить некоторые дополнительные психологические характеристики, без анализа которых нельзя полностью охарактеризовать процесс *творчества* социального мира. Учитывая тот факт, что человек реально существует в этом сотворенном (построенном, сконструированном) мире, нельзя исключить и его эмоциональное освоение, так же как игнорировать и другие психические процессы, например, мотивацию.

Из всех элементов этого ряда в социально-познавательной ситуации сегодня наиболее полно исследованы два: роль *социальных установок* и феномен *перцептивной защиты*. Через анализ социальных установок в психологии социального познания решаются две важнейшие проблемы, с которыми встретился «чисто» когнитивный подход: включение эмоций в познавательный процесс и связь познания с поведением. Аттитюды оказываются задействованными в осмысление явлений социальной реальности, вторгаясь прежде всего в процесс категоризации. Они направляют *поиск социальной информации* (гипотеза «*селективной экспозиции информации*»): субъект демонстрирует избирательный отбор информации в зависимости от совокупности имеющихся у него аттитюдов. Здесь возможны два случая: информация отбирается или при наличии очень *сильного*, или, напротив, очень *слабого* аттитюда на объект. Этот феномен был обозначен как *биполярный способ* подбора «аттитюдно-релевантной» информации (Judd, Kulik, 1980): индивид запоминает, фиксирует либо про-, либо контра-аттитюдную информацию, но пропускает нейтральную. Это же относится и к воспроизведению информации в нужный момент. Таким образом именно через установки в социальное познание включается эмоциональный компонент, что зафиксировано также в исследованиях роли *настроения* при познании социальных объектов.

Вторая часть психологической «составляющей» социально-познавательного процесса — особые формы *перцептивной защиты*. Так, описанный Г.Олпортом *принцип последней попытки* поясняет стремление человека в сложных для него обстоятельствах «цепляться» до последнего за какую-то привычную истину, отгораживая ее от идущих извне воздействий («угроз»). Еще более своеобразной формой перцептивной защиты является открытый М.Лернером феномен *«веры в справедливый мир»* (Lerner, 1980): человек верит в то, что лично с ним без его вины не может случиться что-либо «плохое», поскольку мир справедлив, и в нем каждый получает то, что заслужил. На основе такого рассуждения возможны самые разнообразные метаморфозы принятия или отвержения той или иной информации, а следовательно, и поведения. Это доказано М.Селигменом, описавшим феномен *«выученной беспомощности»* (см. Хекхаузен, 1986). Разрушение образа справедливости приводит к тому, что человек разуверяется в возможности контролировать свои действия, добиваться результата, зависящего от него. Возникает апатия, поведение приобретает черты «жертвы», что является следствием разрушения веры в справедливый мир. Психологический механизм перцептивной защиты выступает в данном случае как важнейшая потребность сохранения соответствия образа мира, сложившегося в голове, реальному миру. Сохранение (или несохранение) такого соответствия, как видно из рассмотренных примеров, не может быть продуктом только «когнитивных» усилий, но включает эмоциональные и мотивационные процессы.

Вторая группа факторов, участвующих в социально-познавательном процессе и лежащих «за пределами когнитивных», это — социальные факторы. Два из них явились предметом особенно популярных сегодня исследований: *социальный консенсус* и *роль ценностей в познании*.

Социальный консенсус трактуется (Tajfel, Fraser, 1978) как влияние на процесс индивидуального познания социальных явлений принятых образцов их толкования в той или иной культуре, в том или ином типе общества или его части. Эти принятые образцы суть определенные конвенциональные значения, то есть своего рода договоренности относительно того, как будут интерпретироваться те или иные данные, полученные в процессе познания социальных явлений. Такие «договоренности» существуют в каждой культуре и касаются прежде всего достаточно универсальных характеристик мира: времени, пространства, изменения, причины, судьбы, числа, отношения частей к целому и пр. Общепринятые трактовки этих характеристик образуют своеобразную «модель мира», сетку координат, которой пользуются люди при восприятии мира и построении его образа (Гуревич, 1971). Использование конвенциональных значений ведет к тому, что информация в значительной части не перепроверяется, так как слишком велика опора на социальный консенсус, заданный культурой.

Естественно, значение социального консенсуса нельзя преувеличивать: при определенных условиях в силу ряда причин он может нарушаться, происходит *«слом социального консенсуса»*. Возможность его обусловлена тем, что люди не обязательно следуют общепринятому, и среди них находятся такие, для кого остается пространство для несогласия, то есть для реинтерпретации того, что было принято в рамках консенсуса. Без такого инакомыслия, альтернативного взгляда на мир в познании господствовал бы полный застой. Всякий раз при сломе социального консенсуса возникает как бы новое *видение* мира (в истории науки Т.Кун называет это «сменой парадигм»). Оно часто закрепляется в новых формулах языка, которые «оформляют» новый социальный консенсус, установившийся на месте прежнего.

Важность социального консенсуса может быть хорошо доказана такой закономерностью, которая проявляется каждый раз при его сломе: на место сломанного консенсуса немедленно устанавливается новый, ибо потребность в ориентирах при восприятии тех или иных событий, по-видимому, свойственна любому человеку. Хорошим примером этого могут служить события из истории науки, искусства, политических или экономических идей.

Возникшая относительно недавно *информационная теория конформности* (Г.Джерард и М.Дойч) как раз ориентирована на то, чтобы показать, каковы последствия поиска человеком информации в ситуациях, где ему приходится соотносить свое поведение с поведением других, а значит, и соотносить свои и чужие интерпретации этих ситуаций. Такое соотнесение особенно значимо, когда сравниваются интерпретации *большинства* и *меньшинства*. Диалог между ними в каждом конкретном случае будет иметь результатом либо утверждение «старого» консенсуса (его носитель всегда — большинство) либо «нового» (носителем которого является меньшинство), когда изменяется вся система принимаемых конвенциональных значений и возникает новое *видение* мира, описанного в новой системе категорий. Поскольку категории выражены при помощи языка, являющегося элементом культуры, ее влияние на социальное познание становится еще более очевидным.

Вместе с тем, наличие разных систем значений, употребляемых индивидами или группами, порождает необходимость постоянного обмена этими значениями для достижения какого-либо взаимопонимания. Так в психологию социального познания логично включается идея *дискурса* (Р.Харре). Дискурс — это рассуждение по поводу какой-либо проблемы, обсуждение ее, «разговор», апелляция к тексту, в котором и содержатся категории. Дискурс необходим для построения адекватной и разделяемой с другими картины мира: его элементы должны быть так *обозначены*, чтобы на основании одинаково понимаемых значений люди могли совместно действовать. В ходе дискурса трактовка той или иной категории обогащается, она наполняется новым содержанием на основе дополнения характеристиками, приводимыми разными участниками разговора. Дискурс поэтому есть способ совместного конструирования образа социального окружения.

Многие сторонники идеи дискурса (К.Герген, М.Фуко) полагают, что именно она знаменует собой новую парадигму в социальной психологии, так как связывает процесс *познания* социального мира и *действия* в нем, способствует выходу исследований из лаборатории в реальную жизнь, поскольку предполагается обсуждение таких текстов, которые функционируют в реальных социальных ситуациях. В ходе их обсуждения оттачиваются конвенциональные значения — более или менее согласованные интерпретации — тех или иных социальных объектов и событий.

Другой важный фактор, детерминирующий когнитивную работу с информацией — **социальные ценности**. По сравнению с теми искажениями информации, которые связаны с индивидуальными психологическими особенностями познающего, «субъективность» оценок под влиянием социальных ценностей значительно больше. Индивид неизбежно «смотрит» на социальный мир через призму определенной системы ценностей. Они могут быть разного уровня: глобальные (добро, красота, свобода и пр.) или приближенные к обыденной жизни (хорошая семья, благополучие, дети и пр.). Пока они неизменны, новая информация отбирается так, чтобы «подтвердить» структуру ценностно-нагруженных категорий.

При этом могут возникать два типа ошибок: *сверхвключение* и *сверхисключение*. В первом случае в категорию включаются объекты, которые на самом деле к ней не относятся. Это происходит тогда, когда у человека есть опасение, что кто-то будет «забыт» при включении в *негативно-нагруженную* категорию. Если сегодня для кого-то категория «бизнесмен» является негативно-нагруженной, то туда необходимо включить всякого, в ком можно заподозрить бизнесмена, даже в том случае, если в действительности человек весьма далек от этой категории. Напротив, *сверхисключение* имеет место тогда, когда мы имеем дело с *позитивно-нагруженной* категорией: наша забота теперь о том, чтобы в нее не «попал» кто-нибудь «недостойный» (например, не следует зачислять в «звезды экрана» какого-либо просто хорошего актера, а то он как бы будет переоценен). Легко видеть, что наличие названных двух видов ошибок, связанных с ценностно-нагруженными категориями, во многом видоизменяют процесс категоризации и оказывают прямое воздействие на общий процесс социального познания.

Это воздействие имеет и еще одно достаточно нетривиальное проявление — в групповом принятии решений, когда ценности «дают» на конечный результат этого процесса. Феномен «группомыслия» (group think), открытый И. Джанисом (Janis, 1972), определяется как стиль мышления людей, которые полностью включены в единую группу, где стремление к единомыслию важнее, чем реалистическая оценка возможных вариантов действий. Возникновение такого явления обусловлено воздействием на членов группы единообразной системы оценок, касающихся важнейших социальных проблем, привязанностью членов группы определенной системе ценностей, что и снижает качество решения.

Все сказанное позволяет сделать вывод о том, что система социальных категорий, ассоциированных с ценностями — важный и устойчивый фактор социального познания, допускающий значительную модификацию образа социального мира. Особенно важным является использование ценностей в быстро изменяющемся мире, при осуществлении так называемой «быстрой категоризации» (Тэшфел), когда решения принимаются на основе не до конца осмысленного опыта и оперирование ценностно-нагруженными категориями может привести к искажению реальных отношений.

Третий блок проблем в названной области — анализ «продуктов» социального познания, иными словами, описание элементов социального мира, как они предстают перед глазами познающего субъекта. Спектр этих элементов весьма широк: образ-Я, образ Другого, образ Группы (Организации), образ Времени, образ «Среды», образы других, не столь поддающихся определению социальных явлений и, наконец, образ Общества. Формирование образа каждого из этих элементов изучено не в одинаковой степени, можно обозначить лишь основные направления исследований.

Прежде всего это касается *социальной идентичности*, которая рассмотрена в данном контексте как механизм формирования образа-Я. По сравнению с традиционным подходом к анализу социальной идентичности психология социального познания предлагает некоторые новые акценты. Они систематизированы в *теории социальной идентичности* А.Тэшфела (Tajfel, 1978; см. также Агеев, 1990). Одна из центральных идей — связь между *осознанием* индивидом своего места в обществе и *оцениванием* им группы принадлежности, то есть зависимость характера социальной идентичности от типа общества, в котором существует человек. В обществах со строгой стратификацией мироощущение человека, так же как и его поведение особенно очевидно «в групповом контексте»: у человека «вне группы» достаточно мало шансов на успех, изменить свое положение он может скорее всего только «с помощью группы» или действуя как «член группы». Такая жесткая привязанность к группе влияет на восприятие и понимание социального мира: принадлежность к группе обуславливает конструирование его образа совместно с другими членами группы. Тем самым выясняется, что образ двух элементов социального мира («Я» и «группа») складывается в межгрупповом взаимодействии.

Проблема идентичности в психологии социального познания имеет и еще два нетрадиционных измерения: в связи с формированием образа Времени и образа Среды. Освоение человеком временных отношений в его практической деятельности порождает потребность определить свое место в некоторой временной перспективе, соотнести время своей жизни с временем эпохи, в пределах которой эта жизнь протекает. Но это и дает основания говорить о *временной идентичности* личности, рассматривая ее как новое сечение социальной идентичности. То же относится и к идентичности с окружающей средой. Ее компоненты могут быть выделены по различным основаниям, но при всех обстоятельствах человек использует своего рода когнитивную карту с обозначением *места* своего пребывания, как бы помещает себя в определенное пространство, что можно назвать «идентификацией с местом». Она оказывается особенно значимой в условиях разлуки человека с привычным местом его проживания (служба в армии, эмиграция и пр.). В таких условиях индивид вырабатывает определенные категории для описания «утраченной» и «актуальной» среды, то есть познает мир через призму восприятия *среды* своего пребывания.

Так выявляются новые аспекты проблемы идентичности, связанные с познанием различных элементов социального мира.

Многообразие этих элементов требует разработки методологических средств для их анализа. Наряду с теорией социальной идентичности А.Тэшфела другой важнейшей теоретической основой в этой области выступает *теория социальных представлений* С.Московиси (см. Донцов, Емельянова, 1987). В интересующем нас плане важно подчеркнуть, что социальное представление трактуется здесь как специфическая форма социального познания, рождающаяся в повседневной жизни людей, когда новое, неизвестное, встреченное в этой жизни, переводится на язык «обыденного», знакомого. Это и есть путь осмысления социального мира, предпринятый непрофессионалом. Московиси полагает, что человек испытывает потребность «приручить» новые впечатления и тем самым уменьшить риск неожиданности, приноровиться к новой информации, построить для себя относительно непротиворечивую картину мира. Поэтому социальное представление и выступает как фактор, конструирующий реальность для индивида и для группы.

Концепция социальных представлений является весьма серьезной заявкой на объяснение механизмов социального познания, она дополняет «чисто» когнитивистский подход: работа с социальной информацией здесь включена в социальный контекст в гораздо большей степени, и тем самым осуществляется переход от индивидуального познавательного процесса к массовому сознанию.

Предложенная палитра проблем психологии социального познания была бы не завершенной без выяснения роли социальных институтов в построении образа социального мира. Семья и школа, средства массовой информации и церковь на протяжении всего процесса социализации «организуют» формы и способы постижения человеком социальной реальности. Роль каждого из этих институтов должна быть исследована особо. Такого рода исследования и составляют четвертый блок проблем социального познания.

Важнейшая перспектива этой области психологии — выявление специфики описанных здесь проблем в условиях современного общества, то есть в периоды бурных социальных изменений. По мысли А.Тэшфела, социальные изменения вообще являются фундаментальной характеристикой окружения человека в современном мире. Поэтому для него нет другого адекватного выбора поведения, кроме как умение столь же адекватно оценить сущность происходящих в обществе изменений. Дестабилизация всей системы общественного устройства делает особенно необходимым углубленное познание социальной реальности и вместе с тем усложняет этот процесс. Такая ситуация предполагает увеличение компетентности человека при познании социального мира, чего не возможно достичь без развития «грамматики коммуникаций».

Обзор проблематики, разрабатываемой в психологии социального познания, свидетельствует об огромном практическом значении этой области. Нет и не может быть такой нормативной науки, которая «предписала» бы человечеству, как надо познавать мир и действовать в нем. Но и рефлексия по поводу того, *как это происходит*, всегда полезна, так же как и истина, с которой начинала психология социального познания: люди действуют в мире в соответствии с тем, как они познают его, но они познают его в соответствии с тем, как они действуют в нем.

Литература

1. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие. Социально-психологические проблемы. М., 1990.
2. Андреева Г.М. Психология социального познания. М., 1997.
3. Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Современная социальная психология на Западе. Теоретические ориентации. М., 1978.
4. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 1995.

5. *Брунер Дж.* Психология познания. М., 1977.
6. *Герген К.* Движение социального конструкционизма в современной психологии //Социальная психология: саморефлексия маргинальности. Хрестоматия. М., 1995.
7. *Гуревич А.Я.* Представление о времени в средневековой Европе //История и психология. М.,1971.
8. *Донцов А.И., Емельянова Т.П.* Концепция «социальных представлений» в современной французской психологии. М., 1987.
9. *Келли Г.* Процесс каузальной атрибуции //Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М., 1984.
10. *Найссер У.* Познание и реальность. М., 1981.
11. *Хекхаузен Х.* Мотивация и деятельность. М., 1986.
12. *Fiske S., Tajlor Sh.* Social Cognition/ McGraw-Hill Series in Social Hpsychology. (Second edition), 1994.
13. *Janis I.* Victims of Groupthink. Houghton Mifflin, 1972.
14. *Judd C., Kulik J.* Schematic Effects of Social Attitudes on Information Processing and Recall //Journal of Personality and Social Psychology, 1980, 38.
15. *Lerner M.* The Belief in a Just World: a fundamental delusion. N. Y., 1980.
16. *Moscovici S., Lage E.* Studies in Social Influence: Majority versus Minority Influence in a Group //European Journal of Social Psychology. 1976, 6.
17. *Tajfel H., Fraser C.* Introducing Social Psychology. Penguin Books, N.Y., 1978.
18. *Tversky A., Kahneman D.* Judgement under uncertainty: Heuristics and Biases // Science, 1974, 185.