

Ценности и атрибутивные процессы в социальном познании

М.А. ХАЧАТРЯН

преподаватель Института практической психологии личности «Генезис» при факультете психологии Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова

В статье излагаются результаты исследования, в рамках которого предполагалось наличие у человека массы разнородных ценностей. Были выдвинуты гипотезы: ценности влияют на направление атрибутивных процессов субъекта; ценностная конгруэнтность (мера совпадения ценностей и поведения) влияет на атрибутивные процессы субъекта. В исследовании использовался метод игрового моделирования экспериментальной ситуации. Гипотезы частично подтвердились, выявив разнородное влияние разнородных ценностей на атрибутивные процессы субъекта. Было сделано предположение о наличии мета-уровня, который осваивается субъектом наравне с содержанием ценностей.

Ключевые слова: ценности, социальный конструкционизм, атрибуции, социальное познание, ценностная конгруэнтность, экспериментальное исследование.

Введение

В рамках нашей работы мы исследуем систему ценностей человека и ее участие в процессах восприятия и оценки происходящих с ним событий. Мы разделяем социально-конструкционистский взгляд на идентичность человека и считаем, что ценности имеют конструктивное строение и происхождение: формируются прижизненно в процессе социального взаимодействия субъекта¹. Считается, что ценности влияют на отбор информации для анализа и ее последующую интерпретацию [2, с. 183–185]: так, если у субъекта в приоритете традиционалистские ценности, то он с большой вероятностью будет оценивать поведе-

ние окружающих и общественные события по шкале «консерватизм-либерализм» и принимать соответствующие решения. Однако проблема данного исследования фокусируется не что отбирает для анализа субъект в связи со своими ценностями, а как он это делает. В первую очередь, как будут меняться атрибутивные процессы в зависимости от того, какие ценности близки человеку.

Считается, что традиционное общество само вовлекало индивида в процесс социализации, в XIX–XX веках человеку приходилось прилагать дополнительные усилия, чтобы сделать сознательный выбор из массы возможных идентичностей [14]. Так, например, поликультуральность российского общества

¹ Мы описываем процесс социализации, так как формирование ценностей рассматривается в качестве составного компонента социализации. Эта позиция не нова и заявлена в ряде отечественных работ, например: [1; 12; 16].

создает сверхнасыщенное ценностное поле, в котором субъекту крайне сложно ориентироваться и определять свои предпочтения. Сейчас же путь становления человека осложняется еще и тем, что среда стала гораздо более влиятельной. Например, современные СМИ и маркетинговая политика различных коммерческих организаций в качестве результата собственной деятельности предполагают не просто информирование собственной аудитории, но ее четкую ангажированность [11]. Следовательно, субъект социализации сталкивается не только с повышенной содержательной плотностью социального контекста, но и с так называемыми «активными агентами» передачи этой информации². Если рассматривать развитие системы ценностей с точки зрения индивида, то принятие или отвержение той или иной ценностной альтернативы происходит под постоянным давлением извне. М. Фуко называл подобную ситуацию «политической», так как агенты влияния всегда страстны, а их соревнование, по сути, является борьбой за власть. Существует ряд работ, направленных на изучение, как человек справляется с такой ситуацией [14; 13]. Результаты, как правило, свидетельствуют о наличии множества противоречащих друг другу ценностей (например, консерватизм и открытость изменениям). Авторы, так или иначе, склоняются к интерпретации получаемых результатов как конфликт внутри ценностной сферы личности и предрекают всевозможные негативные следствия (диффузная идентичность, эмоциональные расстройства и т. п.).

Противостоит подобным выводам взгляд К. Гергена, который сформулировал концепцию «насыщенного я» (saturated self) [20]. Если когнитивистские модели предлагают рассматривать личность в метафоре фильтрации и отбора, то социальный конструкционизм рассматривает человека как губку, впитывающую все предоставляемые средой варианты. Из всех вариантов развивается тот, который в большей мере соответствует социальному контексту [17]. Скажем, появление социальных сетей в интернете подкрепило развитие коммуникативной составляющей личности, и эта ориентация на общение продолжает быть довольно устойчивой на протяжении длительного периода времени, что, например, позволяет по-новому взглянуть на открытую Д.Б. Элькониным последовательность смены типов ведущей деятельности в процессе взросления: с межличностного на познавательный. По мнению К. Гергена, увеличение объема уникального содержания ведет к росту вариативности — чем больше человек «впитал», тем больше у него возможностей и тем к большему числу жизненных вызовов он готов. Можно сказать, что речь идет о возрастающей адаптивности. Подобная позиция свойственна множеству социальных конструкционистов и, по видимости, восходит к работам Г. Бэйтсона по «кибернетике второго порядка» [3]. Метафора «губки» достаточно продуктивна, однако и она не снимает ряд вопросов. Так, рост адаптивности приводит к единственному критерию отбора поведения — «прагматичности», что соответствует извечной проблеме многих постмодернистских

² Следуя этой логике, ряд авторов предлагают изменить традиционный термин «СМИ» на «СМК» — средства массовой коммуникации [6].

концепций, а именно, моральному релятивизму³. Мы не исследуем этический пласт, но когда говорим об атрибутивных процессах, о том, как человек оценивает свои поступки и проявления окружающих людей, достаточно сильно приближаемся к вопросам морали и нравственности. Скажем, как вы оцените свои действия, если однажды не уступите место пожилому человеку в общественном транспорте (в силу собственной усталости, например)? Это действие имеет вполне определенное значение в рамках доминирующей этики и приобретает дополнительный смысл при пересечении с личными контекстами. Индивидуальная оценка становится весьма трудноосуществимой в ситуации отсутствия ценностных приоритетов (точнее, их равноправном многообразии). Концептуальная проблема социально-конструкционистской метафоры заключается в неоднозначной связи между получаемым во взаимодействии с социумом содержанием и функционированием познавательной системы в целом. Сформированные семейные ценности могут диктовать характер отношения к старшим и даже конкретные формы поведения [21] (уступать место, обращаться на «вы» и т. п.), однако остается вопрос, влияют ли эти ценности на число ошибок атрибуции субъекта, оценку успеха-неудачи общения, удовлетворенность своим поведением и локус контроля при контактах со старшими и пр. *Функционирует ли сфера социального познания по неким универсальным законам либо она обладает спецификацией в*

зависимости от содержания отдельных элементов?

Итак, основная цель работы — изучить влияние разнородных ценностей на атрибутивные процессы субъекта как на один из ключевых компонентов социального познания.

Определение и операционализация понятий

Для решения поставленных задач мы конкретизировали свой интерес как в плане определения ценностей, так и в плане наблюдения процессов социального познания.

Ценности. Дж. Келли говорит о строении конструкторов по принципу бинарной оппозиции [8]. В связи с этим нам были интересны концепции, основанные на дихотомическом строении системы ценностей. Так, наиболее известная социально-психологическая концепция ценностей — теория Ш. Шварца — имплицитно содержит в себе две дихотомии: «самотрансценденция — самоутверждение», «сохранение — открытость новому». Эти дихотомии являются, по сути, полюсами двух осей — они образуют пространство, на котором локализируются различные ценности⁴. Именно эти полюса мы использовали для создания стимульного материала — ролевых инструкций для испытуемых. Каждая роль, которую играл человек, отражала один из ценностных полюсов.

Среди процессов социального познания мы выбрали приписывание успеха-не-

³ Решение этого вопроса не является целью данной работы, поэтому мы отсылаем читателя к ряду источников, в которых представлена научная дискуссия на эту тему [9; 22].

⁴ Подробнее о ценностных типах, выделяемых Ш. Шварцем, можно ознакомиться в соответствующих статьях (по: [2]). Наш выбор пал на теорию Ш. Шварца, так как нам интересно рассматривать получаемые результаты в контексте множества иных исследований.

удачи процессу взаимодействия, удовлетворенность результатом взаимодействия, атрибуцию причин результата взаимодействия (внешнюю или внутреннюю). Сочетание первых двух переменных соответствует принятому в социальной психологии определению эффективности процесса взаимодействия (совокупность продуктивности и удовлетворенности), атрибуция причин описывает локус контроля субъекта. Выбор переменных обосновывается тем, что получаемые результаты, с одной стороны, позволяют внести ясность в фундаментальную часть исследования, а с другой — попадают в кластер работ, богатых для сравнения: проблемы эффективности взаимодействия и локализация контроля весьма популярны у исследователей. В качестве *объекта оценки* была выбрана ситуация социального взаимодействия как наиболее близкая источнику зарождения ценностей. Это важно с методологической точки зрения, так как мы рассматриваем ценности как конструкты, образованные в процессе социализации. Если ценности сформировались в процессе взаимодействий с людьми, как они будут влиять на оценку подобных взаимодействий? Так, можно предположить, что ситуации конфликтов субъекта с окружающими участвовали в образовании его ценностей ориентации на себя (или Другого). Будут ли эти конструкты в дальнейшем определять оценку возникающих в жизни конфликтов?

Итак, ценности могут быть рассмотрены как конструкты определенного вида, формирующиеся в контексте соци-

ального взаимодействия субъекта. Теоретический анализ позволил выделить несколько этапов в формировании ценностей от исключительно когнитивных структур до конструктов — собственно ценностей. При этом если на первых этапах (которые соответствуют периодизации морального развития, данной в работах Л. Колберга) ценности не обладают побуждающими функциями и служат скорее средствами объяснения уже совершенных поступков, то проходя рефлексивную проверку в подростковом возрасте, они встраиваются в конструктивную систему более высокого порядка⁵ и оказывают влияние на процессы социального познания и принятия решений, затрагивают эмоциональную сферу.

Кроме того мы считаем важным ввести также понятие *ценностной конгруэнтности*. Под ценностной конгруэнтностью мы понимаем меру совпадения заявленных субъектом ценностей и его поведения⁶. Это в некоторой степени соответствует принятой в ряде психологических исследований дихотомии декларированных и реальных ценностей [5; 7], однако вряд ли можно согласиться с «нереальностью» или «ложностью» декларированных ценностей. Мы стремимся избежать такой оценочной коннотации. Заявление о своих ценностях — уже само по себе поведенческая единица (или, если следовать терминологии теории речевых актов Дж. Остина, потенциальный перформативный акт [10]), конструирующий определенную реальность. Так, заявляя в социальном контексте: «Для меня важно помогать близким», субъект

⁵ Наиболее близкая отечественной традиции аналогия: ценности переходят с уровня значений на уровень смыслов.

⁶ Здесь следует говорить не о поведении как таковом, а о его основаниях. Так, написание данной статьи может отвечать ценностям развития научного знания или же, скажем, личного развития автора.

уже попадает в мир, где его действия могут рассматриваться (им самим или его окружением) с точки зрения «помощи», «поддержки». Это высказывание осуществляется *успешным* речевым актом, если субъект в действительности реализует помощь, и *неуспешным* — в обратном случае. На наш взгляд, мера совпадения поведения и заявлений — ценностная конгруэнтность — эвристичная и перспективная категория с точки зрения анализа психической жизни современного человека, в частности, ее влияния на атрибутивные процессы субъекта. Ее величина, в частности, может быть интерпретирована как сила целевой детерминации личности.

Программа экспериментального исследования

В связи с проблематикой нашего исследования были выдвинуты следующие общетеоретические гипотезы.

1. Ценности влияют на направление атрибутивных процессов субъекта (приписывание причин внешним или внутренним факторам);

2. Ценностная конгруэнтность влияет на атрибутивные процессы субъекта (приписывание эффективности процессам социального взаимодействия).

Для проверки гипотез была разработана экспериментальная процедура с методическим приемом в своей основе: испытуемые должны были последовательно играть 4 роли и взаимодействовать, находясь в этих ролях с другими испы-

туемыми (диадически). Каждая роль задавала поведение, соответствующее одному из ценностных полюсов в соответствии с концепцией Ш. Шварца.

Процедура: испытуемые из группы объединяются в пары (по жеребьевке) и знакомятся со своими инструкциями⁷. Затем происходит диадическое ролевое взаимодействие и последующее индивидуальное заполнение типового опросника. По желанию испытуемые высказываются о достигнутых результатах в общегрупповом формате. Затем происходит смена пары и весь процесс повторяется (всего 4 раза). Время одного взаимодействия — 5 минут, на заполнение опросника отводится 2 минуты. В каждой ситуации испытуемый взаимодействует с новым собеседником — в процедуре используется принцип круговой ротации, минимальное число испытуемых в группе 8 человек. Наборы из четырех ролей распределяются между испытуемыми случайным образом (раздаются в неподписанных конвертах вместе с четырьмя экземплярами типового опросника). В результате процедуры все участники реализуют в своем поведении все 4 ценностных полюса, предлагаемых в концепции Ш. Шварца.

В качестве примера можно привести следующую экспериментальную ситуацию. Участники оказывались в ситуации двух друзей, нашедших потерянный кем-то кошелек. Роли задают им противоположные ценности: одному — собственного развития, другому — помощи окружающим. Их задача — договориться, что делать с кошельком.

⁷ Во всех ситуациях взаимодействия инструкции задают конфликт интересов, в основе которых лежат различные ценности. В силу ограниченного объема статьи мы вынесли стимульный материал на внешний онлайн-ресурс [18]. Там же представлены расширенные материалы исследования: опросники, сырые данные, незначимые корреляции, схемы и пр.

Выборка: 102 женщины в возрасте от 17 до 46 лет и 58 мужчин в возрасте от 17 лет до 31 года.

Теоретическая гипотеза 1: ценности влияют на направление атрибутивных процессов субъекта.

Экспериментальные гипотезы

- Ценности полюса «изменение» влияют на атрибуции успеха внутренним причинам, тогда как «сохранение» — внешним;

- ценности полюса «самоутверждение» влияют на атрибуции успеха внутренним причинам, тогда как «самоотдача» — внешним.

Экспериментальный план: для проверки каузальных гипотез была использована интраиндивидуальная экспериментальная схема. Разные уровни независимой переменной задавались за счет различных ролевых инструкций, которые последовательно получал каждый испытуемый.

Результаты проверки первой теоретической гипотезы

Для статистической проверки гипотезы проводится дифференцированное по ценностным полюсам рассмотрение ситуаций ролевого взаимодействия. В таблице 1 представлены результаты применения корреляционного анализа показателей воспринимаемой эффективности социального взаимодействия и каузальной атрибуции при различных ценностных позициях субъекта. Серым цветом показаны значимые корреляции (темно-серый $p < 0,01$, светло-серый $p < 0,05$). Очевидно, что связь между этими переменными неоднородна и меняется в зависимости от занимаемой ценностной позиции. В частности, можно отметить, что при ориентации на сохранение найдены статистические взаимосвязи для всех переменных, а при ориентации на самоутверждение, напротив, не обнаружено ни одной.

Таблица 1

Корреляционный анализ показателей каузальной атрибуции и оценки эффективности взаимодействия в аспекте различных ценностных позиций (выборочные данные)

Показатели каузальной атрибуции*		Оценка успешности взаимодействия	Удовлетворенность взаимодействием
При ориентации на самоутверждение	ρ Спирмена**	0,13	0,00
	p ***	0,19	0,99
При ориентации на самоотдачу	ρ Спирмена	0,197	0,13
	p	0,04	0,20
При ориентации на изменение	ρ Спирмена	0,309	0,233
	p	0,00	0,02
При ориентации на сохранение	ρ Спирмена	-0,314	-0,259
	p	0,00	0,01

* Рост показателя переменной «каузальная атрибуция» свидетельствует о переходе атрибуции причин с внешних на внутренние факторы. То есть минимальный показатель переменной «каузальная атрибуция» свидетельствует о выраженной экстернатальности, а максимальный — интернатальности.

** ρ Спирмена — коэффициент корреляции Спирмена.

*** p — двусторонняя значимость.

Интересны противоположные друг от друга зависимости, характеризующие процесс каузальной атрибуции и воспринимаемой эффективности социального взаимодействия. В ситуации ориентации субъекта на самоотдачу обнаружена слабая корреляция с воспринимаемой успешностью взаимодействия, что противоречит первоначальной гипотезе. В ситуациях, моделирующих ось «сохранение-изменение», обнаружены симметричные закономерности: при ориентации на изменение имеется *прямая* связь между воспринимаемой эффективностью (на инструментальном и экспрессивном уровнях) и каузальной атрибуцией результата взаимодействия, а при ориентации на сохранение — *обратная* (в обоих случаях корреляции обнаружены на уровне значимости $p < 0,01$). То есть при ориентации на изменение испытуемые склонны рассматривать себя как источник эффективности, а причины неудач видеть во внешних обстоятельствах. При ориентации на сохранение закономерность меняется на противоположную.

Обсуждение результатов

Было обнаружено разнородное влияние каждой из осей на атрибутивные процессы субъекта. Ценности оси «сохранение-изменение» более интегрированы в процесс социального познания, оказывают большее влияние на приписывание причин и эффективности. Возможно, это связано с различным происхождением и применением каждой из дихотомий: характеристики успешности ситуации более ассоциированы с новизной и риском, нежели с ориентацией на себя или Другого. При этом стоит отме-

тить, что ценности оси «самоотдача-самоутверждение» все же, несомненно, участвуют в процессе социального познания, будучи категориями-фильтрами, через которые субъект воспринимает процесс взаимодействия. Спишем отсутствие корреляций в ситуации «самоутверждение» на специфический аспект процесса социального познания.

Интерес вызывают и корреляции-антагонисты, выявленные в ситуациях, моделирующих поведение по оси «сохранение-изменение»: наблюдается перемещение локализации причин успеха извне вовнутрь в соответствии с переходом с ценности «сохранение» на ценность «изменение». Причины неуспеха перемещаются аналогичным образом изнутри вовне. Иными словами, испытуемые демонстрируют интернальность при успехе в позиции «изменение» и неудаче в позиции «сохранение». При противоположных исходах проявляется экстернальность. Таким образом, при ориентации на «изменение» субъект действует в соответствии с классической закономерностью: приписывает внутренним причинам успех, внешним — неудачу [2, с. 94]. Позиция «сохранение», напротив, заставляет брать на себя ответственность за неудачи — как правило, подобные атрибуции характерны для субъектов с низким статусом [там же, с. 95] или низкой самооценкой [19, с. 655]. При том что персонажи, представленные в стимульном материале, были уравнены в плане их возможностей, можно считать, что ценностный полюс «сохранение» ассоциируется с низким иерархическим положением субъекта до такой степени, что испытуемые даже проецируют это представление на игровую роль, изначально не содержащую подобных измерений. Человек, ориентированный на изменение, риск, воспринимается как более активный,

успешный и, возможно, высокостатусный. Направленность на сохранение производит обратное впечатление. Кажется, именно в этом успех многих политических и общественных деятелей, декларирующих всевозможные «сломы» традиций и «сдвиги» устоев.

Обобщая результаты первого этапа, можно сказать, что общая закономерность влияния ценностной конгруэнтности на атрибутивные процессы подтверждается частично: можно говорить о распределенном влиянии содержания реализуемого поведения и уровня ценностной конгруэнтности на атрибутивные процессы в ситуации межличностного взаимодействия. При этом ценности оси «сохранение-изменение» вносят больший вклад в процессы социального познания, нежели ценности оси «самоотдача-самоутверждение».

Теоретическая гипотеза 2: ценностная конгруэнтность влияет на атрибутивные процессы (восприятие эффективности социального взаимодействия).

Экспериментальные гипотезы

- Ценностная конгруэнтность оказывает прямое влияние на восприятие социального взаимодействия как успешного;
- ценностная конгруэнтность оказывает прямое влияние на удовлетворенность результатами социального взаимодействия.

Используемый *методический инструментарий:* ролевые ситуации.

Экспериментальный план: для проверки каузальных гипотез была использована интраиндивидуальная экспериментальная схема. Очевидно, часть ролевых инструкций соответствовала имеющимся у испытуемых ценностям, а часть — противоречила. Когда ценностная позиция, задавае-

мая инструкцией, и связанное с ней поведение совпадали с личностной позицией, наблюдалось проявление субъектом ценностной конгруэнтности. В противоположной ситуации можно говорить о ценностно-неконгруэнтном поведении. Так, задавались активный и пассивный уровни независимой переменной. Например, человек склонен подчеркивать важность сохранения традиций (полюс «сохранение»): в том случае когда ему приходилось отыгрывать консервативную роль, он проявлял ценностную конгруэнтность, а в роли, ориентированной на изменения, вел себя неконгруэнтно.

Результаты проверки второй теоретической гипотезы

Для проверки гипотезы была использована процедура сравнения средних, а именно t-критерий для независимых выборок. Сравнивались две группы испытуемых с высоким и низким уровнем ценностной конгруэнтности. Ниже приведены результаты процедуры сравнения средних по t-критерию Стьюдента (табл. 2).

Таблица 2
Сравнение средних показателей оценки эффективности взаимодействия в группах с высокой и низкой ценностной конгруэнтностью

Оценка эффективности взаимодействия	Разность средних	Значимость (2-сторонняя)
Успешность*	0,18	0,00
Удовлетворенность	0,51	0,00

* Здесь и ниже в случае успешности взаимодействия имеется в виду та же воспринимаемая успешность. Более короткая формулировка используется для более ёмкого представления данных.

В таблице 2 указаны разности средних показателей успешности и удовлетворенности взаимодействием для групп с высоким и низким уровнем конгруэнтности на уровне значимости $p < 0,01$ (то есть указаны только значимые различия). Полученные показатели свидетельствуют, что при близости ценностной позиции роли и личностных ценностей субъект склонен воспринимать взаимодействие как более продуктивное и благоприятное. При этом аффективная составляющая имеет больший удельный вес. Вместе эти два критерия свидетельствуют о значимо большей оценке эффективности социального взаимодействия при ценностно-конгруэнтном поведении, что подтверждает обе экспериментальные гипотезы.

Обсуждение результатов

Данный эксперимент описывает хрестоматийную ситуацию «человека не на своем месте»: ситуацию, в которой требования контекста противоречат личным убеждениям субъекта. Важно понимать, что речь здесь идет не о функциональном несоответствии (математик в роли поэта), а, скорее, о целевом (консерватор в роли революционера, Раневская вместо Лопухина). В первом случае возможен поиск компромиссных путей сочетания роли и личной направленности (как, например, это случилось в жизни Омара Хайяма), во второй ситуации решение найти гораздо сложнее. Поэтому вполне объяснима полученная закономерность: если человек не принимает на ценностном уровне того, что ему приходится выполнять, существенно меняется его восприятие ситуации (и, надо полагать, поведение).

Очевидно, что рост приписываемой эффективности может косвенно свидетельствовать о реально растущей успешности взаимодействий. Из этого можно сделать вывод о росте личной эффективности при совпадении имеющихся ценностей и реализуемого поведения. Логично предположить, что испытуемые прикладывают больше усилий для разрешения имеющегося конфликта, если в действительности верят в отстаиваемую позицию. Однако здесь существуют и дополнительные аргументы: с одной стороны, при столкновении двух противоположных мнений у участников взаимодействия активно появляются конкурентные стратегии поведения (по двухмерной модели конфликтного поведения Томаса-Килмена [4]). С другой стороны, еще эксперименты в русле теории поля К. Левина показали, что публичная защита убеждений, нейтральных и даже противоположных личным, является фактором принятия последних субъектом. В ракурсе этих закономерностей полученные данные довольно любопытны: теперь мы можем рассматривать ценностную конгруэнтность как некий стержневой показатель, предполагающий устойчивость индивида к внешним влияниям. Следует обратить также внимание, что удовлетворенность процессом взаимодействия в большей степени связана с ценностной конгруэнтностью, чем оценка успешности, что можно интерпретировать как относительную независимость, найдено ли решение проблемы, разрешен ли актуальный конфликт — ценностная конгруэнтность, очевидно, позволяет осмысливать любой полученный результат в конструктивном ключе.

Заключение

Подводя итоги, можно прийти к выводу, что ценности как конструкты влияют не только на содержание деятельности субъекта, но и на форму взаимодействия с реальностью — как он оценивает происходящее с ним: ценности типа «изменение» задают интернальный характер положительных атрибуций. Интернальность связана с представлениями о себе или самооценочными конструктами, содержащими идеи о месте и роли субъекта в окружающей его социальной действительности. Следовательно, можно предположить, что ценности кроме направления могут содержать в себе и мета-сообщение о характере позиционирования их носителя (что можно рассматривать как средство реализации конкретной ценности). Однако наши данные показывают, что это свойственно не любым ценностным конструктам. Такие ценностные полюса, как «самоотдача» и «самоутверждение», которые сами по себе содержат указание на позицию субъекта, на мета-уровне не предписывают носителю какое-либо направление каузальных атрибуций. Можно предположить, что в первом случае указание на позиционирование является средством поддержания и реализации ценности, а во втором такие средства не требуются. Возможно также, что некое указание на позицию субъекта должно присутствовать в любом ценностном конструкте в явном или неявном виде.

Вне зависимости от предлагаемых интерпретаций можно заметить, что ценности не только конструируются в процессе социального познания, но и сами создают для себя «точки опоры» в про-

цессах социального познания, поддерживают собственное присутствие. Это же подтверждает и вторая часть нашего исследования: в случае совпадения ценностей и поведения (ценностной конгруэнтности) субъект оценивает ситуации социального взаимодействия как более эффективные, что может являться аналогом положительного подкрепления жизни в соответствии с предпочитаемыми ценностями.

Наше исследование позволяет предположить наличие некоего мета-уровня, на котором функционируют ценности, прежде всего, в отношении атрибутивных процессов социального познания. Мы также можем предположить влияние мета-сообщений на характер познавательных действий носителя ценностей. Однако гипотезы относительно их происхождения делать пока достаточно сложно. Мы можем вновь вспомнить о работах Г. Бейтсона по теме «двойного обучения»: возможно, стоит обратить внимание не только когда и какие ценности конструируются, но и как это происходит.

Полученные результаты открывают широкие перспективы для дальнейших исследований. Фундаментальное значение имеет изучение эффектов различных ценностей на процессы социального познания, а также механизмов этих влияний. В нашей работе мы предположили наличие некоего мета-уровня с информацией о статусном позиционировании индивида. Возможны и другие объяснения — например, связанные с доминирующими в обществе ценностями (скажем, принадлежность к большинству может влиять на статус). С другой стороны, исследование имеет и прикладное значение: современные

образовательные структуры редко заявляют формирование ценностей учащих-ся как свою цель, однако определенный объем ценностного содержания они все же передают (через изучаемые литературные произведения). Исходя из нашего исследования, следует обращать внимание не только на транслируемые содержания (например, ценность само-

развития и творчества), но и как происходит процесс обучения, какие взаимоотношения существуют в академических группах, выражена ли статусная иерархия и т. п. Разработка форм и структур обучения, которые бы соответствовали его содержанию, — пожалуй, наиболее интересующее нас практическое приложение настоящей работы.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Авдеевская Е.П.* Особенности ценностно-нормативной социализации в юношеском возрасте в ситуации социальной нестабильности // Ценностно-нормативные ориентации современного старшеклассника. Труды по социологии образования. М., 1993. Т. 1. Вып. 2.
2. *Андреева Г.М.* Психология социального познания. М., 2004.
3. *Бейтсон Г.* Шаги в направлении экологии разума: избранные статьи по теории эволюции и эпистемологии. М., 2005.
4. *Гришина Н.В.* Психология конфликта. 2-е изд. СПб., 2008.
5. *Донцов А.И.* О ценностных отношениях личности // Сов. педагогика. 1974. № 5.
6. *Ерохин Д.О.* Некоторые особенности трансформации системы ценностей под воздействием средств массовой информации // ЧФ: Социальный психолог. 2010. № 2 (20).
7. *Зотова О.И., Бобнева М.И.* Ценностные ориентации и механизмы социальной регуляции поведения // Методологические проблемы социальной психологии. М., 1975.
8. *Келли Дж.А.* Теория личности. Психология личностных конструктов. СПб., 2000.
9. *Микешина Л.А.* Философия науки. М., 2005.
10. *Остин Дж.Л.* Слово как действие. М., 1986.
11. *Райхельд Ф., Марки Р.* Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь. М., 2013.
12. *Реан А.А.* Психология подростка. СПб., 2006.
13. *Серый А.В.* Структурно-содержательные характеристики системы личностных смыслов // Сибирская психология сегодня. Сборник научных трудов. Вып. 2. Кемерово, 2003.
14. *Стефаненко Т.Г.* Социальная психология в культурно-исторической перспективе // Социальная психология в современном мире. М., 2002.
15. *Суницова Я.С.* Согласование социальных и культурных ценностей индивида в поликультурной среде // Вестник Удмуртского университета. Серия «Психология и педагогика». Ижевск, 2004.
16. *Тихомандрицкая О.А., Дубовская Е.М.* Особенности социально-психологического изучения ценностей как элементов когнитивной и мотивационно-потребностной сферы (Методические аспекты) // Мир психологии. 1998. № 3.

17. Фридман Дж., Комбс Д. Конструирование иных реальностей. М., 2001.
18. Хачатрян М.А. Ценности и атрибутивные процессы в социальном познании. Материалы исследования. URL: <http://value-one.livejournal.com/841.html>
19. Хекхаузен Х. Мотивация и деятельность. СПб., 2003.
20. Gergen K. The saturated self: Dilemmas of identity in contemporary life. N.Y., 1991.
21. Schwartz S.H. Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior. Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature (221–241). Washington, 2009.
22. Schwartz S.H., Bardi A. Moral dialogue across cultures: An empirical perspective // *Autonomy and order: A communitarian anthology*. Lanham, 2000.
23. Schwartz S.H., Bilsky W. Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1990. Vol. 5.

Values and Attribution Processes in Social Cognition

M.A. KHACHATRYAN

*lecturer at the Institute of Practical Psychology of Personality "Genesis"
at the Faculty of Psychology, Lomonosov Moscow State University*

The paper presents outcomes of a study which focused on the possible coexistence of a variety of diverse values in individuals. The following hypotheses were advanced: 1) values affect the course of attributive processes in the individual; 2) value congruence (the extent to which one's values and behavior coincide) affects attributive processes in the individual. A method of role-play simulation of experimental situations was used in the study. The outcomes of the study demonstrated that the initial hypotheses were partly correct, and revealed that the influence of different values on the individuals' attributive processes was not identical. It was suggested that a meta-level may exist which is acquired by the individual along with the contents of the values.

Keywords: *values, social constructionism, attributions, social cognition, value congruence, experimental research.*

REFERENCES

1. Avduevskaja E.P. Osobennosti cennostno-normativnoj socializacii v junosheskom vozraste v situacii social'noj nestabil'nosti // Cennostno-normativnye orientacii sovremennogo starsheklassnika. Trudy po sociologii obrazovanija. M., 1993. T. 1. Vyp. 2.
2. Andreeva G.M. Psihologija social'nogo poznanija. M., 2004.
3. Bejtsjon G. Shagi v napravlenii jekologii razuma: izbrannye stat'i po teorii jevoljucii i jepistemologii. M., 2005.
4. Grishina N.V. Psihologija konflikta. 2-e izd. SPb., 2008.
5. Doncov A.I. O cennostnyh otnoshenijah lichnosti // Sov. pedagogika. 1974. № 5.
6. Erohin D.O. Nekotorye osobennosti transformacii sistemy cennostej pod vozdejstviem sredstv massovoj informacii // ChF: Social'nyj psiholog. 2010. № 2 (20).
7. Zotova O.I., Bobneva M.I. Cennostnye orientacii i mehanizmy social'noj reguljaccii povedenija // Metodologicheskie problemy social'noj psihologii. M., 1975.
8. Kelli Dzh.A. Teorija lichnosti. Psihologija lichnostnyh konstruktov. SPb., 2000.
9. Mikeskina L.A. Filosofija nauki. M., 2005.
10. Ostin Dzh.L. Slovo kak dejstvie. M., 1986.
11. Rajhel'd F., Marki R. Iskrennjaja lojal'nost'. Kljuch k zavoevaniju klientov na vsju zhizn'. M., 2013.
12. Rean A.A. Psihologija podrostka. SPb., 2006.
13. Seryj A.V. Strukturno-soderzhatel'nye harakteristiki sistemy lichnostnyh smyslov // Sibirskaja psihologija segodnja. Sbornik nauchnyh trudov. Vyp. 2. Kemerovo, 2003.
14. Stefanenko T.G. Social'naja psihologija v kul'turno-istoricheskoy perspektive // Social'naja psihologija v sovremennom mire. M., 2002.

15. *Suncova Ja.S.* Soglasovanie social'nyh i kul'turnyh cennostej individa v polikul'turnoj srede // Vestnik Udmurtskogo universiteta. Serija "Psihologija i pedagogika". Izhevsk, 2004.
16. *Tihomandrickaja O.A., Dubovskaja E.M.* Osobennosti social'nopsihologicheskogo izuchenija cennostej kak jelementov kognitivnoj i motivacionno-potrebnostnoj sfery (Metodicheskie aspekty) // Mir psihologii. 1998. № 3.
17. *Fridman Dzh., Kombs D.* Konstruirovanie inyh real'nostej. M., 2001.
18. *Hachatrjan M.A.* Cennosti i atributivnye processy v social'nom poznanii. Materialy issledovanija. URL: <http://value-one.livejournal.com/841.html>
19. *Hekhauzen H.* Motivacija i dejatel'nost'. SPb., 2003.
20. *Gergen K.* The saturated self: Dilemmas of identity in contemporary life. N.Y., 1991.
21. *Schwartz S.H.* Basic values: How they motivate and inhibit prosocial behavior. Prosocial motives, emotions, and behavior: The better angels of our nature (221–241). Washington, 2009.
22. *Schwartz S.H., Bardi A.* Moral dialogue across cultures: An empirical perspective. // *Autonomy and order: A communitarian anthology.* Lanham, 2000.
23. *Schwartz S.H., Bilsky W.* Toward a theory of the universal content and structure of values: Extensions and cross-cultural replications // *Journal of Personality and Social Psychology.* 1990. Vol. 5.