

Сущность термина «социальные установки» в социологической науке

Научный руководитель – Новиков Алексей Викторович

Гайваль Антон Игоревич

Аспирант

Российский государственный социальный университет, Факультет социологии, Москва,
Россия

E-mail: josech888@gmail.com

В современной отечественной социологии под социальной установкой понимается относительно устойчивая система восприятия, оценки и поведения, формирующаяся в процессе социализации и регулирующая социальное поведение индивидов [1]. Социальные установки представляют собой когнитивно-аффективные структуры, способствующие ориентации индивидов в социальной среде [2].

Одной из наиболее влиятельных теоретических моделей, описывающих социальные установки, является трехкомпонентная модель, предложенная М. Смитом. В её основе лежат три элемента:

- Когнитивный компонент – включает знания, убеждения и представления индивида об объекте социальной установки. Этот компонент формируется на основе опыта, образования и социальной информации.
- Аффективный компонент – представляет собой эмоциональную оценку объекта, которая может варьироваться от положительных до отрицательных переживаний. Эмоции играют важную роль в определении отношения индивида к социальным явлениям и группам.
- Поведенческий компонент – отражает предрасположенность человека к определенным действиям в отношении объекта установки. Этот компонент обуславливает конкретные поведенческие реакции, такие как избегание, поддержка или участие в социальной активности [3].

Подобное понимание социальных установок позволяет объяснять различия в реакциях людей на идентичные социальные ситуации. Социальные установки обеспечивают согласованность между знанием, эмоциями и поведением, что делает их важным элементом социальной регуляции.

Формирование социальных установок происходит в процессе социализации, в ходе которого индивид усваивает ценности, нормы и поведенческие модели, присущие его окружению. Важную роль в этом процессе играют семья, образовательные учреждения, средства массовой информации и группы референтного влияния. Семья и близкое окружение закладывают первичные установки, которые формируются в детском возрасте. В дальнейшем образовательные учреждения способствуют их расширению и модификации через получение нового социального опыта и знаний [1].

Средства массовой информации являются мощным инструментом воздействия на формирование социальных установок, особенно в условиях глобализации и цифровизации общества. СМИ формируют общественное мнение, навязывают или корректируют ценности, транслируя определённые нормы и установки в массовое сознание [2]. Кроме того, референтные группы и социальное окружение оказывают значительное влияние на формирование индивидуальных установок, так как человек стремится соответствовать ожиданиям и нормам тех групп, к которым он себя относит.

Изменение социальных установок происходит под влиянием различных факторов, включая получение новой информации, смену социальных условий, воздействие массовых коммуникаций и переживание когнитивного диссонанса. Когнитивный диссонанс, описанный Фестингером, возникает, когда новые сведения противоречат уже имеющимся убеждениям, что заставляет индивида либо отвергнуть новую информацию, либо изменить свои установки [5].

Важную роль в изменении установок играют кризисные события, такие как экономические и политические изменения, технологические инновации или социальные конфликты. Эти факторы могут вынуждать человека пересматривать свои установки и адаптироваться к новым реалиям [4]. Современные исследования показывают, что установки наиболее подвержены изменениям в молодом возрасте, когда личность активно осваивает социальные нормы и формирует мировоззрение.

Социальные установки выполняют ряд важных функций, обеспечивающих адаптацию и интеграцию личности в общественную среду:

- Адаптационная функция – способствует успешному взаимодействию индивидов с окружающей средой, помогая им приспосабливаться к изменяющимся социальным условиям.
- Когнитивная функция – позволяет упрощать восприятие сложных социальных явлений, обеспечивая структурирование получаемой информации и формирование определённого отношения к миру.
- Экспрессивная функция – отражает систему ценностей и убеждений личности, помогая человеку выразить свою социальную позицию и идентифицировать себя с определёнными группами.
- Защитная функция – направлена на сохранение внутренней согласованности и снижение тревожности в условиях неопределённости, защищая психику индивида от дестабилизирующих факторов.
- Мотивационная функция – определяет стремление человека к определённым действиям, влияя на его поведение и социальные предпочтения.
- Регулятивная функция – формирует нормы и модели поведения, которые способствуют поддержанию социальной стабильности и упорядоченности взаимодействий в обществе.

Таким образом, социальные установки представляют собой сложный феномен, оказывающий значительное влияние на социальное поведение и процессы взаимодействия в обществе. Их изучение позволяет глубже понять механизмы формирования общественного мнения, социальной идентичности и коллективных действий. Актуальность дальнейшего исследования социальных установок обусловлена динамичными изменениями социальной среды, требующими новых подходов к анализу адаптационных стратегий личности.

Источники и литература

- 1) Ковальчук А. В. Современные подходы к изучению социальных установок. – М.: Социум, 2019.
- 2) Сидоров Е. С. Социальные установки в динамике общественного мнения. – СПб.: Наука, 2021.
- 3) Иванова Л. А. Психологические аспекты социальных установок. – Казань: Университетская книга, 2023.

- 4) Габдрахманова Г.Ф., Галиуллин Р.Д. Молодежные некоммерческие организации России: политика идентичности и коллективное «я» // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2024. Т. 24. №4. С. 1052-1070.
- 5) Чижова Л.А., Тутыгин А.Г., Стирманова Р.С. Сетевые молодежные сообщества в социокультурном пространстве северного региона: методологические и эмпирические аспекты исследования // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2024. Т. 24. №4. С. 1033-1051.