



Электронная библиотека
Гражданское общество в России

А. Г. Санина

Когнитивное конструирование
социально-экономических проблем
как фактор социальной инертности

Электронный ресурс

URL: http://www.civisbook.ru/files/File/Sanina_konstr.pdf

Перепечатка с сайта НИУ-ВШЭ
<http://www.hse.ru>

URL: <http://www.civisbook.ru>

КОГНИТИВНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ ИНЕРТНОСТИ

Проблемы построения гражданского общества, формирования гражданской идентичности, развития гражданского участия, как правило, рассматриваются в науке и социально-политической практике в деятельностном аспекте: в изучении различных форм самоорганизации, методов решения социальных проблем, инициативности граждан и т.д. В то же время в обществе присутствует «бездействие» индивидов и социальных групп, их сознательная пассивность в отношении изменения социальной реальности. Исследование данных явлений имеет важное значение для понимания тенденций социального развития и выработки направлений социальных преобразований. Так, в частности, когнитивное конструирование проблем легитимирует социальную инертность и позволяет «оправдать» бездействие, нежелание разобраться в причинах существующих проблем и перенос ответственности за их решение вовне. Одним из примеров такой ситуации является феномен «мирового экономического кризиса».

«Кризис» – одно из самых популярных слов, употребляемых в рамках различных дискурсивных полей на протяжении последних трех лет. Еще в октябре 2007 г. опрос ВЦИОМ показал, что в каждой третьей российской семье «обсуждают» кризис. В 2008 г. Центром творческого развития русского языка оно было признано «Словом года». В сентябре 2010 г., по данным ВЦИОМ и ФОМ, кризис продолжает рассматриваться как одна из наиболее опасных проблем, угрожающих личному и общественному благополучию. Однако именно предметность, а не «фактичность» «обсуждений» кризиса, равно как и контекстность упоминания этого слова в публичных местах – магазинах, транспорте, кафе – является значимым аспектом понимания общей картины мироощущения в обществе.

В 1940 г. Р. Парк, осмысляя Великую депрессию, с которой зачастую сравнивают современные негативные тенденции в экономике, писал: «плачевное положение, в котором оказались в настоящее время США и весь мир, по-видимому, представляет собой проблему, имеющую, если смотреть в корень, не экономический или политический, а культурный характер» [Парк, 2007, с. 15]. «Культурность» оснований кризиса сводилась исследователем к снижению значения традиционных норм и ценностей в обществе, исторически поддерживающих социальную сплоченность. Безусловно, представления Парка базировались на наблюдении мира, которого больше не существует: современность 2000-х годов характеризуется интенсификацией коммуникативных потоков, виртуализацией социальных процессов, трансформацией личных и групповых социальных связей. Однако его тезис о том, что финансовый кризис имеет культурные причины, не теряет актуальности и сегодня.

Наше исследование основано на использовании качественного (интерпретативного) анализа текстов нарративного характера (записей в блогах, переписки на форумах, «свободных» комментариев к статьям и фотографиям, стихов, анекдотов, карикатур и т.п.), а также анализа данных, полученных с использованием метода «смол-токов», направленного на анализ «поверхностной» социальной коммуникации, непредметных реплик монолового и диалогового характера, отражающих структуру и содержание актуального социального дискурса. Концептуализация полученных данных проводилась на основе теоретического обоснования роли культуры в экономике С. Хантингтоном, Л. Харрисоном; структуралистских идей Ф. де Соссюра; феноменологических построений М. Вебера, М. Хайдеггера, А. Шюца; фигуративной социологии Н. Элиаса; конструктивистских концепций П. Бергера, Т. Лукмана.

Используя данные методы и концепции, мы попытались показать, что в обществе – в частности, в российском обществе – присутствуют два кризиса. Один из них – результат объективных тенденций, реальных социально-экономических процессов. Второй – социально-психологическая конструкция, результат социального конструирования реальности, выступающий фактором социальной инертности в обществе. Он представляет собой порождение конкретной культуры, существующее исключительно в силу того, что люди согласны действовать так, будто то или иное явление реально и влияет на конструирование правил их жизнедеятельности. Это не кризис, а «кризис» (а, если быть более точными, «кризис»), в потрясающе короткие сроки ставший неотъемлемой частью повседневной коммуникации, интерпретативной схемой, логичным и наиболее вероятно поддерживаемым в рамках любой социальной группы ответ на вопрос «что здесь происходит?»

«Кризис» как определение ситуации, безусловно, изначально был задан публичными заявлениями политиков и экономистов, транслированными через средства массовой информации. Еще Ф. Соссюр отмечал, что индивиды в процессе разговора не имеют возможности определять используемые ими «знаки», поскольку эти знаки зафиксированы обществом в очень строгих границах. Однако скорость, с которой слово «кризис» превратилось в стигму, ярлык, свидетельствует о его «прорыве» в сферу повседневного. Все больше и больше жизненных ситуаций резюмируются во фразе «а, ну понятно, – кризис».

Проблема «прорыва» кризиса в повседневную жизнь актуальна постольку, поскольку сама повседневность возникает в результате процессов «оповседневнивания» (Veralltaglichung) [Waldenfels, 1985], «оживания», принимающих формы обучения, освоения традиций и закрепления норм. Они многократно и поверхностно описывались в научной и социально-философской литературе (М. Вебер, М. Хайдеггер, А. Шюц, Н. Элиас и др.).

Повседневность существует как место образования смысла, конструирования правил. И для включения чего-то нового, непривычного для общего интегративного порядка, в существующие когнитивные схемы требуется определенное время [Hammerich, Klein, 1978]. Более того, как отмечает Б. Адамс, «ни один известный нам тип разума, даже в медленно развивающихся цивилизациях, не может приспособливаться к изменениям среды так быстро, как изменяется сама среда» [Adams, 1938, p. 175]. Однако в ситуации с «кризисом» мы наблюдаем практики его «ускоренного» включения в сферу повседневности, рутинизации, «опривычивания».

В период кризиса «кризисом» объясняется все подряд, начиная от проблем, реально связанных с финансово-экономической нестабильностью, и заканчивая ситуациями, не имеющими к деньгам прямого, а иногда абсолютно никакого отношения. В качестве примера можно привести записи из блогов:

«...выбрались по магазинам обновлять гардероб, непонятно, то ли кризис так влияет на людей, то ли вчера все-таки праздник был, продавцы хватают тебя в мертвую хватку, толкают в примерочную и сами несут все, что хочешь...»

«Жду прилета стрижей, из года-в-год гнездящихся на нашей лоджии (надеюсь, его не отменяют из-за кризиса?!!!)».

Легитимация «кризиса» в сфере повседневной жизни происходит посредством поиска новых способов написания этого слова: виртуальные кавычки могут быть увидены в эрративизмах *Кризес, КризЕс, Кризесь, Крийзис, Крысис* и т.п., в неологизмах (*Кризис-имизис, Криздец* или *Пизес*) и эмоционально ок-

рашенных эпитетах (*дурацкий, чертов*). В нарративных конструктах очевидно постоянное отклонение от «правил игры», которые люди, казалось бы, должны принять, включая кризис в пространство повседневности. На уровне здравого смысла понятно, что если денег становится меньше, то «размах» траты оставшихся должен снизиться. Однако данная логика часто не выдерживается, происходит «скачок» в область привычного набора действий – демонстрации потребительского поведения как способа статусного конструирования.

Эрративизмы, неологизмы и эмоциональные эпитеты являются результатом и одновременно катализатором не просто включения «кризиса» в мир повседневной жизни большинства людей, а развития *отношений с ним*, что выражается в антропоморфизации и/или анимализации явления. Так, читая записи нарративного характера, мы можем увидеть выражения типа *«тяжололая поступь кризиса»*, *«холодная рука кризиса»*; в импровизированных социологических опросах, размещаемых в блогах, нередко вопросы *«что вы думаете о кризисе?»*, *«как повлиял на вас кризис?»* или *«что бы сделать с кризисом обидное?»*. «Против кризиса» организуются митинги. Кризису посвящаются стихи. Кризис «снится в снах». Кризис становится героем анекдотов.

Символическое значение кризиса постепенно становится выше его реальных финансово-экономических оснований, и мы начинаем иметь дело с объектами в субъективной перспективе; внешний мир при этом остается «вещью в себе», знание о которой вынесено за пределы повседневного. «Кризис» становится универсальным «проблемным» объяснением происходящего, и поэтому детализация самого феномена не требуется. Финансово-экономические термины – даже те, которые проходятся в рамках базового курса по экономике в вузах, – старательно обходятся стороной при упоминании «кризиса», а попытки использовать их для объяснения существующей ситуации негативно санкционируются.

Недетализируемое, воспринимаемое исключительно в символическом аспекте, слабо отражающем реальность, понятие «кризис», становится, тем не менее, своего рода эвристической моделью, навязывая миру и происходящим в нем событиям определенный «диагноз». Значимость символического в происходящих процессах подтверждают также форма и содержание *ответа* на вопрос *«что делать?»* – он, наряду с определением ситуации, важен для конструирования личностной идентичности и выбора того или иного ролевого набора. Этот ответ (в отличие, например, от поисков решения преодоления реального кризиса) символически предсказуем и лежит на поверхности – «кризис» побеждается «антикризисом». В данном случае стоит учитывать, что если реальные антикризисные меры призваны кризис уничтожить, то *«антикризисность»*

является продолжением «кризиса», и символическая масса одного лишь дополняет символическую массу другого. Здесь, однако, существуют вариации. Первым вариантом выражения «антикризисности» является поиск позитивных оснований «кризиса», выделение тех моментов – как правило (но не всегда!), ироническое – которые можно извлечь от существующих финансово-экономических проблем. Вторым вариантом утверждения «антикризисного» символического капитала является демонстрация позитивного отношения к «кризису» и/или позитивных отношений с «кризисом». Самым простым способом тут является знак «позитивного» смайла «:))» в различных вариациях. Однако есть и другие – например, употребление слова «кризис» в связке со словами, имеющими однозначно позитивную коннотацию.

Итак, кризис как конструктор формируется, по преимуществу, не на основе рефлексии реально происходящих социальных процессов, а на базе постоянной ретрансляции текстов и культурных кодов, понимаемых в символическо-семиотическом смысле, как осмысленную последовательность семиотических знаков, используемых в различных формах коммуникации. Скорость формирования устойчивых когнитивных схем неизбежно сказывается на качестве их интерпретативных возможностей. Собственно говоря, в данном случае мы имеем дело лишь с одной схемой объяснения ситуации: «потому что кризис».

Тем не менее маскировка проблемы не отрицает ее наличия. Более того, кризис представляет собой своеобразный научный повод характеристики содержательного и процессуального аспектов феномена взаимодействия государства и общества, «увидеть» которые в срезе текущих социально-экономических отношений достаточно сложно. В сложных же социально-экономических ситуациях происходит актуализация именно тех тенденций, которые представляют собой эмпирические маркеры этого взаимодействия.

Опираясь на материалы эмпирических исследований, проведенных Всероссийским центром изучения общественного мнения, Фонда общественного мнения, Аналитического Центра Юрия Левады, компанией «Edelman», мы можем обозначить ряд тенденций, характеризующих влияние экономического кризиса на акценты взаимодействия государства и общества – и, в частности, на процессы формирования гражданской идентичности.

1. Общее «ощущение “мы”».

По мнению экспертов, глобальный экономический кризис породил самый опасный социальный кризис – кризис доверия. Там, где рушится доверие экономических субъектов друг к другу, своим правительствам, мировым финансовым структурам, возникает всеобщее недоверие граждан к экономическим и правовым национальным и международным институтам [Зорькин, 2009].

Результаты опросов, проводимых исследовательскими центрами, свидетельствуют об общем пессимистичном характере потенциала социального взаимодействия в период кризиса.

Опрос, проведенный компанией «Edelman», показал, что кризис в России подорвал доверие активной части общества к бизнесу. За 2009 г. доверие к бизнесу сократилось на 10 пунктов и составило 42%. Настолько же упало и доверие к власти, причем уровень доверия замер на отметке 38%. Это самое значительное сокращение уровня доверия среди стран, обследуемых в рамках программы «Edelman Trust Barometer» (так, например, во Франции доверие усилилось на 9% (до 43%); лидер по росту доверия — Швеция (с 36 до 60%). При этом большинство опрошенных убеждены, что без усиления роли государства в экономике преодолеть последствия рецессии невозможно. За последний год в России доверие к бизнесу сократилось на 10 пунктов и составило 42%. Настолько же упало и доверие к власти, причем уровень доверия замер на отметке 38% (www.edelman.com).

Опрос населения 2006 г. показал, что почти 80% населения в той или иной степени ощущают ответственность за происходящее у них во дворе или микрорайоне (40% ощущают ее «в полной или значительной мере»); в отношении происходящего на работе соответствующие цифры составляют 66 и 45%; а происходящего в городе, районе – 52 и 15%. Ответственность за происходящее в стране ощущают 33% («в полной или значительной мере» – 10%). Данные 2010 г. свидетельствуют о снижении субъективного чувства ответственности: 63% населения ощущают ответственность за происходящее у них во дворе или микрорайоне (26% ощущают ее «в полной или значительной мере»); в отношении происходящего на работе соответствующие цифры составляют 53 и 37%. На фоне этих данных интересным является резкий «скачок ответственности» за происходящее в стране: в 2010 г. ощущают 62% («в полной или значительной мере» – 17%) (www.fom.ru, www.polit.ru).

2. Проблема взаимодействия с властью и формирования политических ценностей.

По мнению исследователей, в официальной идеологии, формирующей государственно-гражданскую идентичность в начале XXI в. в России, доминировали идеологемы сильного государства, державности, безопасности при сохранении идеологем благополучия граждан, достойного места в мире, ориентации на европейские ценности, соединяющие в себе либерально-демократические и национал-патриотические идеи [Грусман, 2007].

«Посткризисный» официальный дискурс государственно-гражданской идентичности, лишь в незначительной степени удерживая демократические ценно-

сти, трансформируется в сторону умеренных национал-патриотических идеологем. При этом конструкт «преодоления кризиса» стал значимым поводом взаимодействия власти с гражданами: так, например, партией «Единая Россия» была подготовлена брошюра «Как не допустить финансовый кризис в собственную жизнь», которая призвана помочь рядовым россиянам пережить экономические трудности. *«Сколько бы ни продлился кризис – это еще не вся жизнь», – ободряет «Единая Россия» и рекомендует начать с анализа семейного бюджета и планирования расходов. Так, партия советует для начала завести специальную тетрадку и разложить деньги по конвертам «целевого назначения», пишет «Ведомости» (www.vedomosti.ru).*

3. Миграционные намерения и «статусный уровень» гражданства.

Эмиграционные намерения, а именно, желание в обозримом будущем переехать в другую страну, довольно четко характеризуют самоощущение граждан в контексте сравнения с другими странами. Она является одной из форм попыток людей культивировать свой гражданский оптимизм, веру в свою способность реализовать новые возможности. Случай экономического кризиса и здесь является показательным – прежде всего, из-за своих характеристик «глобальности»: кризис коснулся всех развитых стран, и решение о переезде в данном контексте обуславливается субъективным представлением о способности того или иного государства его разрешить. Исследовательские данные показывают, что хотя медийный «образ кризиса» и был связан с переездом в другую страну (в 2008 г. распространенными являлись лозунги «Проведи кризис в Тайланде» или «Переживи кризис на Гоа»), в целом потенциальная эмиграционная активность за время кризиса не изменилась. В то же время, по высказываниям представителей консульств, существует тенденция к увеличению желающих уехать в страны Западной Европы и США «из-за кризиса» (www.russiancouncil.org).

Маркер статусного уровня гражданства характеризует самоощущение людей как граждан по отношению к «не-гражданам» и интересен прежде всего в контексте измерения социальных настроений в крупных городах. Как свидетельствуют результаты опросов, достаточно стойкой является тенденция делегирования низкоквалифицированного труда, связанного с физической работой, иммигрантам из Киргизии, Таджикистана, Узбекистана и др. В то же время, для жителя мегаполиса, идентифицирующего себя как «россиянина», даже угроза потери работы не является достаточным мотивом занятия физическим трудом. «Беловоротничковость» россиянина, живущего в городе, является интересным и значимым показателем качественного содержания гражданской идентичности.

Основываясь на приведенных данных можно сделать вывод, что «кризис» как когнитивная схема развивается в совсем иной плоскости, нежели реальный

финансово-экономический кризис. Метафора кризиса превратилась в простой, очевидный, очень удобный способ преодоления «комплекса необычного» [Гофман, 2004] и, что наиболее важно, в средство легитимации социальной инертности. Столь успешное «повседневничество» кризиса свидетельствует о готовности людей использовать любую возможность объяснения того, что происходит в их стране, даже если причины проблем выносятся за ее экономические, политические и социальные границы («мировой кризис»). Готовность к использованию интерпретативной схемы, ее «оживление», принимающее формы освоения традиций и закрепления норм, является результатом стремления «закрывать глаза» на реально существующие в обществе процессы и подтверждает характеристики пассивности «русской ментальности» [Балабанова, 2001; Наумова, 1994]. В условиях постоянного форсирования рефлексивности, идущей от «внешнего мира», отказаться от этой интерпретативной «палочки-выручалочки» индивиду будет невероятно сложно. Борьба с кризисом и борьба с «кризисом» суть разные вещи. И если поиск выхода из финансовых проблем – дело экономистов и политиков; то преодоление «кризиса» – во многом задача представителей социального и гуманитарного знания.

Литература

- Балабанова Е.С.* Особенности российской экономической ментальности // Мир России. 2001. № 3.
- Гофман И.* Анализ фреймов: Эссе об организации повседневного опыта. М.: Ин-т социологии РАН, 2004.
- Грусман В.М.* Музей в системе формирования национально-государственной идеи. СПб., 2007.
- Зорькин В.* Кризис доверия и государство // Российская газета. 2009. 10 апреля. № 4887.
- Наумова Н.Ф.* Социальная политика в условиях запаздывающей модернизации // Социологический журнал. 1994. № 1.
- Парк Р.* Физика и общество // Социологическое обозрение. 2007. Т. 6. № 1.
- Adams B.* The Theory of Social Revolution. N.Y., 1938.
- Hammerich K., Klein H.* Materialien zur Soziologie des Alltags. Kulner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 20. Opladen, 1978.
- Waldenfels B.* In den Netzen des Lebenswelt. Frankfurt/M., 1985.