

© М.Н. ЕРЕСЬКО

*eresko\_m@mail.ru*

УДК 316.4:276

### **ПРОДУКТЫ СОЦИАЛЬНОЙ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КАК ИНДИКАТОРЫ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ\***

*АННОТАЦИЯ. В статье обоснована актуальность изучения закономерностей и специфики социальной репрезентации, представлены итоги эмпирического исследования ее продуктов и возможности их использования в междисциплинарной области измерения инновационных процессов.*

*SUMMARY. The article substantiates importance of studying patterns and specificity of social representation, presents the results of an empirical study of its products and their possible use in the interdisciplinary field of measurement of social processes.*

*КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Когнитивные исследования, инновационные процессы, социальная репрезентация, символика, символизация.*

*KEY WORDS. Cognitive research, social representation, symbolohema, symbolization, the language of the society.*

На каком языке говорит общество и может ли оно само рассказать о себе? Такая постановка вопроса обращает нас к области когнитивных исследований социальных процессов, в фокусе которых — механизмы социального смыслообразования и социальной памяти, специфика и закономерности социализации продуктов духовного производства, а также социальная природа знания и символических форм его социальной репрезентации. Интерес к этой области социального познания, судя по дискуссиям в российских публикациях, неизменно высок, но разрабатывать когнитивную методологию социологи не спешат, хотя имеется ряд интересных работ [1]. Классическая социология настороженно относится к когнитивным теориям, однако последние, в частности, концепции социальной репрезентации, способны существенно расширить горизонт исследования социальных явлений и процессов. Зарубежные ученые в этой области сделали гораздо больше, обратившись к ней значительно раньше [2].

*1. Актуальность когнитивных исследований в социологии.* Представляется, что использование когнитивных методов актуально ввиду конвергенции в современной науке и динамично развивающейся когнитивистики как междисциплинарной области исследований. Сближение и взаимопроникновение наук и делает возможным взаимодействие социологических и когнитивных стратегий

---

\* Статья выполнена в рамках НИР «Разработка модели и технологии индикативного мониторинга инновационной среды региона», при поддержке ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 гг. (1 очередь, мероприятие 1.1., гуманитарные науки, соглашение № 14.В37.21.0026).

и методов исследования. С другой стороны, транзитивность современного российского общества детерминирует формирование новых социальных процессов, преобразует структурные элементы общественной системы, что также актуализирует междисциплинарные векторы их изучения. Социальная трансформация создала «широкое поле символического манипулирования» (П. Бурдьё), поскольку социальные процессы протекают в символическом социальном пространстве, где разворачивается борьба за монополию легитимной номинации, за манипулирование мировоззрением и принципами построения социальной действительности [3; 148-152, 197-199].

Инновационные процессы сопровождают модернизацию и социальные изменения, формируя специфические модели общественного и массового сознания, а также социального действия. В структуре инновационной среды (тракуемой нами не только как поле формирования условий и факторов инноваций, но и как пространство инновационной деятельности, реализации инновационных стратегий и институционального взаимодействия субъектов инноваций), наряду с институциональными, социокультурными и иными элементами эксплицируется инновационно-когнитивная среда.

Когнитивный подход актуален в изучении инновационного потенциала, интеллектуальных ресурсов инноваций, поскольку учитывает и реализует социогуманитарные факторы инновационного развития. Общественное сознание выступает как участник процесса инновационного смыслообразования и интерпретации, где индикатором информационных взаимодействий служит социальная репрезентация.

Изучение социальной природы ментальных процессов инициировали основоположники ее новых направлений в метатеоретической области социологии, обозначивших предмет и проблематику когнитивных исследований. Среди них М. Вебер (идеальные типы социальных действий), А. Шютц (идея интерессубъективности и смысловой структуры в феноменологической социологии), Х. Блумер, Ч. Кули, Дж.Г. Мид, Г.С. Беккер, Э. Гофман (символический интеракционизм), Г. Гарфинкель (социальная компетентность), К. Манхейм (социология духа), Т. Парсонс (конститутивный символизм), П. Бурдьё (символическое поле социального действия), Н. Луман (символическая генерализация), А. Сикурел (когнитивная социология). Социология знания концептуализировала коллективные суждения, взгляды, способы мышления (П. Бергер), а также коллективные представления и репрезентации (Э. Дюркгейм) [4].

*2. Специфика социальной репрезентации.* Понятие репрезентации (представления мира в голове человека) является ключевым в когнитивистике, поскольку проясняет специфику когнитивного процесса [5; 48-49, 137, 157]. Особый интерес представляет понятие ментальной репрезентации, или языка мысли (Дж. Фодор, А. Пэйвио), а также дискуссионное понятие пропозициональной репрезентации как особой оперативной структуры сознания, которая устанавливает связь между актуальным и константным (пропозициональным) смыслом в когнитивном процессе.

Социальная репрезентация являет собой универсальный когнитивный процесс представления, выражения и обозначения социальной и культурной реальности. Ее интерессубъективный характер подразумевает несводимость когнитивных свойств общества как «совокупного субъекта» к простой сумме индивиду-

альных качеств его членов. Социальная реальность репрезентируется в общественном сознании как взаимодействия, связи и отношения социальных событий, объектов, явлений, процессов. Представления о связях и отношениях между объектами формируются наряду с представлениями о самих объектах и порождают особый тип репрезентации знаний — пропозициональный, дающий возможность их фиксировать и транслировать.

Социальная репрезентация имеет сложную структуру, представляя собой многоуровневую систему когерентных процессов смыслообразования, объективации (оформления смысла), символизации (наделения смыслом объектов и явлений социальной реальности), интерпретации (толкования, осмысления и переосмысления когнитивных продуктов) и др. Анализ механизмов социальной репрезентации на примере ритуала представлен в трудах Э. Дюркгейма, Р. Беллы и других социологов [6].

Продуктом социальной репрезентации являются не только знания, но и категории, на социальном происхождении которых настаивал Э. Дюркгейм. Специфика конструирования смысловой реальности посредством категорий анализируется в трудах А. Шютца, Н. Лумана, П. Бурдьё, П. Бергмана и других авторов с применением различной методологии. В качестве специфического продукта и инструмента социальной репрезентации мы рассматриваем символему, обозначая этим понятием один из способов конструирования смысловой реальности, а также форму социальной памяти. Символема формируется в социокультурном взаимодействии, в интересующем процессе символизации и интерпретации смыслов.

*3. Структура, функции и типология символемы.* Структуру символемы составляют ее форма и содержание. Форма имеет фреймовую специфику\*, которая активно обсуждается в зарубежных исследованиях в связи с проблемами манипулирования массовым сознанием в СМИ, рекламе и т.п. [7]. Форма символемы структурирует восприятие социальных фактов рамками своей системы базисных категорий и ценностных критериев, отделяя от «чужого» социокультурного пространства.

Содержание символемы составляет социальный опыт, который выражен в категориях и имеет уровневую специфику. Элементы эмоционального уровня эксплицированы, к примеру, в трудах Э. Дюркгейма (концепция социального подъема) и В. Тэрнера (концепция «коммунитас») [8]. На рациональном уровне представлены социальные значения и знания, а социальное отношение к объектам и явлениям (социальное доверие, одобрение и порицание), как и социальная мотивация, формируется на обоих уровнях.

Основными функциями символемы являются функции социального контроля и социализации, социальной оценки, выработки социальной информации и знаний, формирующих социальную память, а также функции смыслообразования и наделения смыслом социальных явлений и процессов. Символема репрезентирует социальное отношение к чему-то или кому-то (социальное

---

\* Термин «фрейм» используется в когнитивной (фреймовой) семантике. Фреймовые концепции (М. Мински, Ч. Филлмор, Г. Бейтсон) трактуют его как когнитивные схемы, сценарии, пространственные рамки образа, структуры для обработки информации.

доверие-недоверие, ожидание, одобрение и порицание и т.п.), поэтому на ее основе формируется модель социального действия.

Символогемы классифицируются по различным основаниям, но чаще всего встречаются символгемы смешанных типов. По типу отношения выделяются рейтинговые, статусные, нормативные, по функциональному критерию — инвариантные, константные, и актуальные (динамичные). По форме символгемы можно типологизировать как символгемы массового сознания, мировоззренческие (картина мира), морально-ценностные (социальные образцы), научные (парадигмы), этнокультурные, политические, экономические, религиозные и др. Объект отношения — переменная составляющая символгемы, ее объектом может стать личность, группа, институт, событие, идея и т.п., соответственно определяется и тип символгемы.

Пример этнокультурной символгемы константного типа — русская адаптационно-деятельностная модель освоения, которую подробно анализирует С.В. Лурье [9]. Это символгема, которую формирует этническая культура, ее этнические константы. Адаптационно-деятельностная модель представляет собой алгоритм функционального конфликта, который реализуется в процессе взаимодействия внутриэтнических (внутрикультурных) групп. При различных внешних обстоятельствах он может принимать разное внешнее выражение, не имеет устойчивого ценностного обоснования, но всегда обладает одной и той же внутренней структурой.

В работе С.В. Лурье представлен механизм формирования такой символгемы. Люди видят мир сквозь призму представлений о способе и характере своих действий — это инструмент рационализации мира в качестве арены деятельности человека. Такие представления неизменны на протяжении всей жизни этноса (этнические константы). С их помощью люди приписывают себе определенные качества, чтобы «вписать себя в некую общность людей, способных к совместному действию». В каждой этнической культуре видение этой общности свое, особое [9].

*4. Практическое значение анализа символгем.* Если символгема формируется в инновационной среде, то она может служить инструментом моделирования и индикативного мониторинга последней. Проведенные с применением когнитивного инструментария социологические исследования подтверждают функциональное значение символгемы и практическую значимость когнитивных исследований в измерении инновационных процессов\*.

К примеру, когнитивным инструментом для измерения социального доверия к религии и религиозности служит статусная символгема религиозной личности как социальный образец (антиобразец). Ценностно-смысловая трансформация символгемы — показатель изменения социального статуса. Вследствие легитимационных метаморфоз символгема религиозной личности сегодня демонстрирует высокие рейтинги доверия, поскольку в ее семантическом поле доминируют позитивные свойства (высокая духовность, безусловная благонадежность и т.п.). Религиозность из мировоззренческого превращается в социаль-

---

\* Исследование проводилось в рамках эксперимента в течение 2009-2012 гг. на кафедре общей и экономической социологии ТюмГУ, с участием студентов. Использованы также данные контент-анализа, интерактивного опроса, интернет-ресурсов.

ное качество личности, детерминирующее ее статус. Происходит социальная легитимация личного мировоззренческого выбора, мировоззренческий статус поднимается до общегражданского, что ведет к статусной стратификации и вряд ли способствует консолидации общества.

Статусная символика церкви демонстрирует характерную подмену легитимации в процессе социальной репрезентации религиозных идей. Церковь как «духовное тело Христа, Божий дом» (религиозный идеал) отождествляется с социальным институтом церкви (также абстракцией, социологическим понятием), затем с конкретной исторической конфессиональной единицей (Русской Православной Церковью, Римско-католической церковью и др.) и, наконец, с конкретным сообществом людей в стране или городе. При этом последнее звено когнитивной цепочки наделяется статусом первого.

Итоги изучения символика имеют актуальное прикладное значение в изучении социального заказа, чтобы исключить подмену этого понятия, которое сегодня нередко идеологизируется или отождествляется с понятием государственного заказа. Важными представляются и открывающиеся в связи с анализом символика новые возможности в изучении социальной памяти, которая традиционно понимается как совокупность социокультурных средств и институтов, осуществляющих отбор и преобразование актуальной информации с целью сохранения и трансляции социального опыта. Изучение трансформации продуктов социальной репрезентации (на примере символика интеллигента, ученого, бизнесмена, полицейского, рабочего, пенсионера и др.) позволяет анализировать специфику ценностно-смысловой эволюции социальных образцов и антиобразцов в российском обществе, сопровождающей процессы социально-экономических преобразований.

Итак, общество выступает творцом, интерпретатором и адаптатором ценностно-смысловых категорий, а социальная репрезентация является универсальным языком общества. Понимание специфики этого социального языка сегодня востребовано для выработки инновационных стратегий в менеджменте, политтехнологиях, рекламном бизнесе и т.п. Именно поэтому когнитивные индикаторы исследования занимают важное место среди различных параметров социальной диагностики и измерения характера инновационных процессов.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Mead, G.H. *Mind, Self and Society* / C.W. Mooms (eds.). Chicago: The Univ. of Chicago press, 1975. 401 p.; Sperber, D., Wilson, D. *Relevance: Communication and Cognition*. Basil Blackwell ltd., 1986. 279 p.; Daddesio, T.C. *On minds and symbols: The relevance of cognitive science for semiotics*. Berlin; N.Y.: de Gruyter, 1995. 263 p.; Deacon, T.F. *The Symbolic Species: The Co-evolution of Language and the Brain*. New York: W.W. Norton & Company, inc., 1997. 315 p. Johnson, M. *Moral imagination: Implications of cognitive science for ethics*. Chicago, L.: The Univ. of Chicago press, 1993. XIV, 287 p.; Strizenec, M. *Religiosity and cognitive processes* // *Dialogue and Universalism*. 2002. № 8-10. P. 130-140.

2. Кармадонов О.А. *Социология символа*. М.: Academia, 2004. 352 с.; Кармадонов О.А. Роль и место символа в социологии Толкотта Парсонса // *Журнал социологии и социальной антропологии*. Т. VII. 2004. № 3. С. 73-88; Кармадонов О.А. «Символ» в эмпирических исследованиях: опыт зарубежных социологов // *Социологические исследования*. 2004. № 6. С. 130-138. Антонов В.И. *Символ в обществе и культуре Востока*. М.: Луч РАУ, 1993. 50 с.; Насонова Л.И. *Обыденное сознание как социокультурный феномен*.

М.: Знак, 1997. 312 с.; Петренко В.Ф., Митина О.В. Психосемантический анализ динамики общественного сознания (на материале политического менталитета). Смоленск: Изд-во СГУ, 1997. 214 с. и др.

3. Бурдые П. Начала. Choses dites / Перевод Шматко Н.А. М.: Socio-Logos 1994. 288 с. С. 148-152, 197-199.

4. Шютц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / Пер. с англ. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. 336; Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок. Пер. с англ. М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. 320; Парсонс Т. О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000. 880 с. Манхейм К. Избранное: Социология культуры / Академия исследований культуры. М; СПб.: Университетская книга, 2000. 505 с.; Бергер П., Бергер Б. Социология: Биографический подход / Личностно ориентированная социология. М.: Академический проект, 2004. С. 25-396.

5. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. М.: Изд-во МГУ им.М.В. Ломоносова, 1997. 245 с.

6. Durkheim, E. The elementary forms of religious life / Transl. by Cosman, C.; Abr. With an introd. A notes by Cladis, M.S. Oxford ets.: Oxford univ. press, 2001. 358 p.; Bellah, R.N. The Roots of Ritual / Ed. By J.D. Shaughnessy. Michigan: William B. Eerdmans Publishing Company, 1978. 251 p;

7. Haselager, W.F.G. Cognitive science and folk psychology: The right frame of mind. London, New Delhy: Sage Publications, 1997. X, 165 p.

8. Тэрнер В. Символ и ритуал. М.: Наука, 1983. 277 с.

9. Лурье С.В. Восприятие народом осваиваемой территории // Общественные науки и современность. 1998. № 5. С. 60-74.