

«В СТРАНЕ – КРИЗЕС, А В ДУШЕ ВЕСНА: КОГНИТИВНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ КРИЗИСА

**Анна Санина, кандидат социологических наук
ст. преподаватель кафедры государственного
и муниципального управления
Государственного университета – Высшая школа экономики
(Санкт-Петербург)**

„Достойные запоминания метафоры обладают способностью устанавливать познавательное и эмоциональное соотношение между двумя отдельными областями; они делают это посредством языка таким образом, что один из смыслов выражения, непосредственно приспособленный к одной из областей (как бы «поселенный» в ее пределах), становится объективом видения другой.

М. Блэк. Модели и метафоры

«Кризис», безусловно, самое популярное слово на сегодняшний день. Факт признания его «Словом года - 2008»¹ говорит за себя. Еще в октябре 2007 г. опрос ВЦИОМ показал, что в каждой третьей российской семье «обсуждают» кризис. На сегодняшний день количество использования этого слова перевалило за отметку п в бесконечности. 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»². «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 гг. 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 было основано на использовании качественного (интерпретативного) анализа текстов нарративного характера (записи в блогах, переписки на форумах, «свободные» комментарии к статьям и фотографиям, стихи, анекдоты, карикатуры и т.п.)³, а также анализа данных, полученных с использованием метода «смол-токов»⁴, разрабатываемого в Центре социологических исследований факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета. Используя эти методы, мы попытались показать, что в обществе – в частности, в российском обществе – присутствует два кризиса.

Один из них – результат объективных тенденций, ре-

альных социально-экономических процессов. Второй – социально-психологическая конструкция, культурный архетип, результат социального конструирования реальности. Как и любой социальный конструкт, 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», в потрясающе короткие сроки ставший неотъемлемой частью повседневной коммуникации, доступной и понятной интерпретативной схемой, логичным и наиболее вероятно поддерживаемым в рамках практически любой социальной группы ответ на вопрос «а что вообще 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 переживаются во фразе «а, ну понятно, – кризис».

Проблема «прорыва» кризиса в повседневную жизнь актуальна постольку, поскольку сама повседневность возникает в результате процессов «повседневничания» (Veralltäglichung)⁵, «обживания», принимающие 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 время⁶. Более того, как отмечает Б. Адамс, «ни один известный нам тип разума, даже в медленно развивающихся цивилизациях, не может приспособляться к изменениям среды так быстро, как изменяется сама среда»⁷. Однако в ситуации с «кризисом» мы наблюдаем практики его «ускоренного» включения в сферу повседневности, рутинизации, «опривычивания».

«Кризисом» объясняется сегодня все подряд, начиная от проблем, реально связанных с финансово-экономической нестабильностью, и заканчивая ситуациями, не имею-

1 Дар слова. Еженедельный лексикон М. Эпштейна. <http://subscribe.ru/blog/linguistics.lexicon>

2 Социологическое обозрение Том 6. № 1. 2007. С. Впервые очерк был опубликован одновременно в двух изданиях: Canadian Journal of Economics and Political Science. 1940. Vol. VI, N 2 (May). P. 135-152; Hart C.W.M. (ed.) Essays in Sociology. Toronto: University of Toronto Press, 1940. P. 1-18.

3 В случаях цитирования авторские орфография и пунктуация сохранены.

4 Метод смол-токов направлен на анализ так называемой «поверхностной» социальной коммуникации, не предметных реплик монологового и диалогового характера, отражающих структуру и содержание актуального социального дискурса.

5 Waldenfels B. In den Netzen des Lebenswelt. Frankfurt/M., 1985

6 Hammerich K., Klein H. Materialien zur Soziologie des Alltags. Kulner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie. Sonderheft 20. Opladen 1978, 7-21.

7 The Theory of Social Revolution, цит. по: Elton Mayo. The Human Problems of an Industrial Civilization. N.Y., 1938. P. 175.

щими к деньгам прямого, а иногда абсолютно никакого отношения.

Записи в блогах:

- *...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...*
- *Вот сегодня на стоянке разборки в Мамырях видел BMW 525i с номером А656МР97 и мигалкой. Кризис?*
- *Жду прилёта стрижей, из года-в-год гнездящихся на нашей лоджии (надеюсь, его не отменяют из-за кризиса?!))!!*
- *А мож, из-за кризиса перевод стрелок отменяют, а?..*
- *А вечером стало совсем весело. Все пешеходные дорожки превратились в разноуровневый из-за колдобин каток. Видимо, в честь Международного женского дня, коммунальщики забухали. Ну, или песок экономят из-за кризиса..*
- *Приветик, мой дневничок! У тебя как обычно, тишина. Крепись! Кризису скоро конец. Ещё, чуть-чуть и у нас всё будет в ажуре!*

Легитимация «кризиса» в сфере повседневной жизни происходит посредством поиска новых способов написания этого слова: виртуальные кавычки, обозначенные нами в начале статьи, могут быть увидены в эрративизмах⁸ *Кризес, КризЕс, Кризесь, Крийзис, Крысис* и т.п., а также в неологизмах *Акции кризес* (кризис на рынке акций), *Кризис-шмизис, Криздец* или *Пизес*.

Сообщение об изменении статуса на персональной страничке сервиса ya.ru

*Aleks сменил настроение на: Кризес
25 февраля 2009 года, 02:56*

Запись в блоге:

*И добавить нечего
Кризис
Krizis
Krozis
Prozis
Prozik
Prozak*

Еще один способ «оповседневнивания» кризиса представляют собой эмоционально окрашенные эпитеты, относящиеся к этому слову: лидерами здесь являются прилагательные *дурацкий* и *чертов*. Вариативность эпитетов располагается в негативно окрашенной шкале – что вполне объяснимо – и включает в себя нецензурную лексику.

Примеры смол-токов:

- *Куда пойдём, в кафе?*
- *Ммм...*
- *Ну ясно, чертов кризис.*
- *Сколько ждать тебя можно?*
- *Из-за этого дурацкого кризиса я ни в одно в платье не влезаю, вот и искала, что надеть.*
- *О чем ты думаешь?*
- *Поехать б в Африку...*
- *Зачем???*
- *Там хорошо, тепло и кризиса нет... ***ный кризис!*

Эрративизмы, неологизмы и эмоциональные эпите-

ты 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 «тяжолоя 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 митинги⁹. Кризису посвящаются стихи. Кризис «снится в снах». Кризис становится героем анекдотов.



Дети России без страха смотрят в лицо Глобальному Кризису

Аватар группы «Как студентам выжить во время финансового кризиса» на сайте Vkontakte.ru

Записи в блогах:

*Финансовый кризис царит на планете,
Гордо по мир [у] шагает!
Его не боятся только лишь дети,
Потому что не понимают!
Гордой походкой кризис шагает,
Глядит к нам в окна и двери.
С легкой подачи опустошают
Кошельки наши цены-звери...*

* * * * *

*Нынче транспорт нам не нужен:
На трамваях и маршрутках
Нынче дорого кататься
Лучше пешею ходьбою
Ежедневно наслаждаться!..
Вот такой вот образ жизни,
Скучный, но зато здоровый...
Эх, когда же сгинет кризис?
Жить когда ж начнем по-новой?*

* * * * *

Если кризис затянулся, значит, скоро захихикает.

* * * * *

Кризис снится в страшных снах.

Наконец, в карикатурных изображениях кризис часто напрямую представляется в виде человека или животного¹⁰.

Символическое значение кризиса постепенно становится выше его реальных финансово-экономических оснований и, таким образом, мы начинаем иметь дело с объектами в субъективной перспективе; внешний мир при этом остается «вещью в себе», знание о которой вынесено за пределы повседневного.

Слово «кризис» является универсальным «проблемным» объяснением происходящего, и поэтому детализация самого феномена не требуется. Финансово-экономические

8 Эрративизмы – слова, образованные вследствие нарочного искажения правильного написания с некоторой адаптацией под произношение.

9 К марту 2009 г. Митинги «Против кризиса» уже состоялись в Смоленске, Ростове, Воронеже, Петрозаводске, Калуге.
10 Карикатуры размещены на сайтах <http://caricatura.ru> и <http://kolyaka.livejournal.com>



кризис наступил



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.

Примеры смол-токов:

- Что нового?
- Да я сейчас с кредитом бегая, бумажки собираю... Говорят, не дадут, сволочи, потому что при проценте, например, в 12, у меня доход должен быть в 35, а если у жены...
- Да кризис, понятно.
- Финансовые пирамиды труднее стало строить, потому что люди не верят.
- Ну придумают, что там, новое, потому что кризис и им тоже жить-то надо.
- Как тебе лихорадки на фондовых биржах?
- Слушай, не выпендривайся...

Записи в блогах:

- Меня осенило тут в понедельник в 9-00. Кризис закончится, когда мы привыкнем к новым условиям, ценам и к пр. **ете.
- Кризис... кризис... кризис... Финансовый... Мировой... Падение ВВП, рост безработицы, непогашение кредитов, обвал на биржах... Что там еще, напомнимте? В прочем не суть.

Более того, 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. Это и прослеживается в выражениях типа «ведь кризис, поэтому...».

Однако данная логика очень часто не выдерживается до конца, происходит «скачок» в область привычного набора действий – ведь все более и более интенсивное потребление вещей, характерное для современного общества «западного типа», уже на протяжении довольно длительного времени было общепринятой нормой человеческого поведения. Потребление вещей формирует и («несмотря на кризис») формирует желания человека, определяет практики его повседневного действия, маркирует социальный статус. Именно поэтому демонстрация изменения потребительского поведения «в связи с кризисом» - это, в том числе, и вызов рациональности, к которому приводит стигматизация явления и, как следствие, формализация понятия.

Записи в блогах:

- Съездила к родителям. Хорошо у них, много еды и разговоров. Решила с мамой что буду шить себе (вот кризис и сказался на жизни, на готовую одежду денег нет; хотя 1 из вещей шью по причине отсутствия подобных в магазинах). Вечером встретилась с Сережей в ленте... Накупили как всегда кучи всего, и поехали до дома на такси так как маршрутки не было минут 15-20.
- Девочки из группы подарили духи. Родители и брат-пальто, желтый шарф и желтую сумку. Подружки презентовали подвеску и фотоальбом. А остальные подарки были в валюте. Мировой кризис, как-никак! Но все равно приятно.
- кризис кризисом... но на концерт Мишеля Леграна в клубе "Birdland" мы таки сходили.
- Ну, вот, виски закончился. Нужно висок кутеть или

<***Поклонники финансового кризиса***> альбомы » альбом » фотография

Фотография 3 из 3 | К альбому | К группе

Рис. 9
Спад производства при экономическом кризисе

Ежели кому интересно!!!
Добавлена 18 февраля 2009

Отправитель:
Анатолий <DJD> Доронных

- Denis Don Killuminati** написал
19 февраля 2009 в 10:42
Толя, ты что идюот???
- Александр Шавель** написал
20 февраля 2009 в 18:07
_бать!!!!!!!

Реакция на экономически содержательный рисунок в группе «*Поклонники финансового кризиса***», организованной на сайте Vkontakte.ru**

баллантансу или гленливету. А то кризис.

- Рассказывала, что дома с*как кризис? ээээ... а что в GUESS?™ скидки 50% рассказывала???

То, что на символическом уровне кризис проигрывает потреблению, легко проиллюстрировать, например, обратившись к так называемому «Пульсу блогосферы», отра-



жающему частоту упоминания слова в блогах по запросам «купил» (в любых его вариациях) и «кризис».

Недетализируемое, воспринимаемое исключительно в символическом аспекте, слабо отражающее 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.

Записи в блогах:

Слава кризису! При всех негативных его последствиях, в нем МОРЕ плюсов. Причем не всегда очевидных с первого взгляда.

1. В Москве кончились автомобильные пробки. Вот так вот совсем. По данным статистики, количество автомобилей, ежедневно выезжающих в город, сократилось от 30 до 40%.

2. Недвижимость в Москве и по всему миру заметно дешевеет! Особенно быстро падают цены на аренду жилья и офисов.

3. Туризм подешевел в разы! Теперь можно позволить себе 2 недели отдыха по цене одной недели.

4. Ужинать можно и дома. И в кругу семьи это очень приятно :) А в выходные я снова стал готовить ужины сам, варить супы, и т.д. Появляется масса времени на решение семейных и домашних дел.

5. В патентных бюро увеличивается количество заявок на товарные знаки и патенты. Люди начали активно придумывать новшества! Так было и в 1998.

6. Лучшее время заглянуть в себя и открыть свою настоящую сущность. Художника, писателя, бизнесмена, и т.д. В это время не страшно рисковать - особенно и потерять нечего :)
(И далее – 20 пунктов)

Игра на деньги в условиях кризиса.

Люди садятся за стол, каждый ставит перед собой рюмку и кладёт 10 рублей одной купюрой. Ведущий наливает всем водки и объявляет: «Кризис пришёл!» Все выпивают водку и лезут под стол, бормоча проклятия в адрес индексов ММВБ и цен на нефть. Пока все сидят под столом, ведущий вновь наливает водки в каждую рюмку, а затем произносит: «Кризис ушёл!» Все вылезают из-под стола, садятся на стулья и снова кладут перед собой купюру достоинством 10 рублей. Ведущий вновь объявляет: «Кризис пришёл!», всё опять лезут под стол, бормоча проклятия.

В конце-концов из-под стола сможет вытолкнуть только один человек, который и забирает все деньги.

Вторым вариантом утверждения «антикризисного» символического капитала является демонстрация позитивного отношения к «кризису» и/или позитивных отношений с «кризисом». Самым простым способом тут яв-

ляется знак «позитивного» смайла :) в различных вариациях. Однако есть и другие – например, употребление слова «кризис» в связке со словами, имеющими однозначную позитивную коннотацию.

Записи в блогах:

- *СОЛНЦЕ вне КРИЗИСА! ВЕСНА вне КРИЗИСА! (=)*
- *сын уже имеет свою семью, внуков нет. в стране-кризисе, а в душе весна!*
- *а что нам кризис? плевать мы хотели на кризис!*
))
- *Дружу с кризисом! Кризис – наш друг родной!*



Третьим способом выражения «антикризисности» является, опять-таки, частично ироничный поиск «нового» - начиная от новых способов проведения досуга («Пережди кризис в Тайланде!») и заканчивая новыми рецептами блюд и другими вариациями на тему «сделаем сами».

Записи в блогах:

— Кризис к нам приходит, возможностей для привычных видов отдыха все меньше. Но, применив фантазию, можно получить развлечения высокого уровня за сравнительно небольшие деньги:

- *Пройдите по навильонам гостиницы "Севастопольская" - за пол-часа вы сможете посетить Египет, Турцию, Индию и другие экзотические страны всего лишь за 5 рублей.*
- *Возьмите у приятеля в долг пятьсот рублей, найдите на Москве-реке лодочника и попросите себя покатать. Пусть он стоит на корме и поет "Санта Лючио". И вот вы - в Венеции с гондальером на кредитные деньги.*
- *Если перед походом на дискотеку выпить бутылку водки, то эта дискотека ничем не будет отличаться от элитного клуба.*
- *Зайдите в зал игровых автоматов и проиграйте там все, что есть в карманах и в кошельке. Результат - точно такой же, как в Лас-Вегасе!*
(И далее – 20 пунктов)

— несколько раз читала в прессе антикризисные советы такого рода: заведите на балконах кур, кроликов можно ещё. и рядом скорость размножения осой. Столько то приплода в неделю, столько то месяц. и тд. А так же антикризисные рецепты из картошки, ботвы и проч))))

— Морозим сосиску, трём на тёрке, мажем хлеб майонезом и посыпаете тёртой сосиской. вкусно и практично, а главное много, одной сосиски хватает на 5-10 бутербродов. Если голод не дает спать - быстро выпить два стакана кипятка и лечь спать. Мозг не сразу поймет, что желудок обманули.

Трансформация восприятия еды в условиях «кризиса» особенно интересна: как указываем М. Салинз, при полу-

чении обобщений на уровне культуры пищевые продукты становятся «коррелирующими аспектами в социальной системе» и могут рассматриваться в качестве элементов обнаруживаемого текста, а не очертаний социальной системы¹¹. Производство пищи является функциональным выражением культурной структуры, и поэтому актуализация темы «питание в кризис» происходит, даже если реальные предпосылки к изменению предпочтений в еде отсутствуют.

Записи в блогах:

- *Кризисное*
Оказывается на масле из под селедки можно жарить картошку, и получается вкусно и даже рыбой совсем не пахнет. Почему раньше в голову не приходило?
- *Трехразовое питание вполне может перейти в разряд устаревшей традиции наших "зажиточных" предков 20-го века. Что приходится переживать и переваривать в своих желудках в трудные времена простым пролетариям остается только догадываться...*
- *Клёво)) В суши, например, антикризисное меню - некоторые вкусняшки по 23 рубля))*
- *На обед – морковка с дачи: Да, невкусно, но – бесплатно! И к тому же в ней – клетчатка... Пообедали – и ладно!*



11 См.: Sahlins M. Culture in Practice: Selected Essays. New York: Zone Press, 2000.



Исходя из этого, вполне логично, что простое решение победить «кризис» «антикризисом» используется коммерческими фирмами в маркетинговых программах и рекламных кампаниях.

Итак, кризис как конструкт 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».

«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» (И. Гофман), столь распространенного в современном мире. В условиях постоянного форсирования рефлексивности, идущей от «внешнего мира», индивиду отказаться от этой интерпретативной «палочки-выручалочки», скорее всего, будет невероятно сложно.

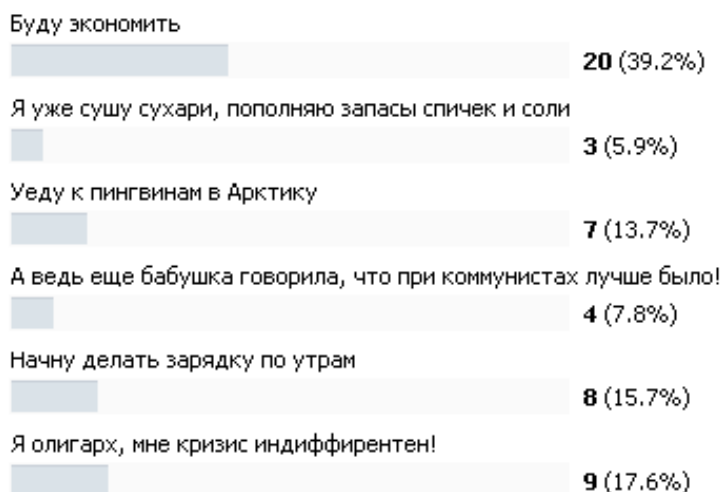
Борьба с кризисом и борьба с «кризисом» суть разные вещи.

И если поиск выхода из финансовых проблем – дело экономистов и политиков; то преодоление «кризиса» – во многом задача представителей социального и гуманитарного знания.

Опрос

[Перейти к теме.](#)

Как Вы будете бороться с кризисом?



Опрос «Как Вы будете бороться с кризисом» в группе «***Экономический кризис***», организованной на сайте [Vkontakte.ru](#)