

УДК 316.726

**СПЕЦИФИКА КАТЕГОРИЗАЦИИ АБСТРАКТНЫХ ПОНЯТИЙ
ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ РАЗНЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СУБКУЛЬТУР**

*канд. психол. наук, доц. Е.И. МЕДВЕДСКАЯ
(Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина)*

Рассматривается проблема воздействия цифровых технологий на категоризацию знаний об абстрактных понятиях у их пользователей. Теоретически обосновывается психологическая типология информационных субкультур (субкультура слова и субкультура медиаобраза) и их представителей (субъект читающий и субъект просматривающий). Представлены результаты эмпирического изучения категориальной организации знаний об абстрактных понятиях у представителей разных информационных субкультур. Установлено, что категориальная структура знаний об абстрактных понятиях сложнее у носителей традиционной культуры печатного слова. Предложено объяснение зафиксированному упрощению категоризации через особенности медиаобраза как ведущей единицы кодирования интернет-информации.

Ключевые слова: *знаковая система, печатное слово, медиаобраз, категоризация, когнитивная сложность, абстрактное понятие, факторный анализ, семантический дифференциал.*

Изучение категоризации как процесса познания и категорий сознания как результатов этого процесса имеет довольно длительную историю в философии, психологии, психофизиологии и других науках. В настоящее время категоризация (прежде всего, благодаря работам Дж. Брунера и других представителей когнитивной психологии) является одним из базовых понятий психологической науки, а некоторые из ее фундаментальных понятий – таких как восприятие и познание (Дж. Брунер, S. Harnad), восприятие и осознание (В.Ф. Петренко, А.Г. Шмелев), восприятие и понимание (А.А. Бодалев) – стали фактически синонимичными.

Изучение категоризации в психологии проводилось на материале из различных сфер восприятия. В итоге исследований Ч. Осгуда и его сотрудников [1] было выделено три универсальных категориикоординаты человеческого сознания – «Оценка», «Сила» и «Активность»; понятия для шкалирования были случайным образом отобраны из разных классов (ферма, стул, симфония, президент и др., всего 30). В качестве дескрипторов выступали высокочастотные прилагательные-антонимы английского языка. Позже П. Бентлеру и А. Лавою [2] за счет включения в набор дескрипторов прилагательных, обозначающих предметные значения, удалось дополнить это трехмерное пространство четырьмя новыми координатами: «Сложность» (составной – простой, единственный – многочисленный); «Упорядоченность» (организованный – неорганизованный, постоянный – изменчивый); «Реальность» (воображаемый – действительный, абстрактный – конкретный); «Обычность» (новый – типичный, банальный – исключительный). При этом исследователи получили высокие коэффициенты внутренней согласованности по указанным факторам (в среднем $r = 0,87$), что доказывает их стабильность.

Данная линия исследований была продолжена в российской психологии В.Ф. Петренко, который осуществлял анализ категоризации 50 понятий (из них 30 повторяли набор Ч. Осгуда) по 45 шкалам. Используемые для шкалирования понятия, как и в исследовании Ч. Осгуда, представляли разные классы (одиночество, движение, холод, патриот, мать и др.). В итоге на материале русской лексики было подтверждено присутствие всех семи из указанных выше категорий, а также обнаружена еще одна, названная «Комфортность» (мягкий – твердый, опасный – безопасный и др.) [3, с. 94]. Ее появление В.Ф. Петренко объясняет так: «В нашем эксперименте относительно большое количество понятий, обозначающих эмоциональные состояния, привело к появлению специфического оценочного фактора “Комфортность”» [3, с. 95].

Таким образом, в рамках классического, когнитивного подхода к изучению категоризации конструируются рассматриваются как дискретные образования, а их количество – как когнитивная сложность сознания в определенной предметной области. Очевидно, что в обществе высоких технологий увеличивается значимость психологических исследований различных аспектов познавательной деятельности человека как деятельности, связанной с получением, переработкой и использованием знаний. Одними из приоритетных в современной когнитивной психологии выступают исследования, посвященные анализу роли знаковых систем в формировании и трансформации познавательной деятельности.

В сложившихся условиях сосуществования разнообразных источников информации, использующих различные единицы кодировки информации (слово или медиаобраз), субъект с необходимостью должен осуществлять между ними выбор. В соответствии с культурно-исторической теорией выбор знаковой системы также означает выбор субъектом культурного орудия «овладения» (Л.С. Выготский)

собственной психикой и одновременно задает деятельность с ним (чтение или просмотр). Поэтому свободный выбор субъектом наиболее предпочитаемой знаковой системы может стать основой для построения собственно психологической типологии информационных культур (точнее, субкультур) и их представителей. На указанном основании возможно выделить два полярных типа информационных субкультур: субкультура слова (и, соответственно, ее представителей обозначить как «субъекты читающие», или *homo legens*) и субкультура медиаобраза (носителей которой фиксировать как «субъекты просматривающие», или *homo videns*).

По популярности среди пользователей Интернет (сегодня речь идет уже о новых медиа, сетевых медиа, Web 2.0 и т.п.) является безусловным лидером, постепенно вытесняя печатную книгу и даже телевидение. Эта популярность обусловлена такими характеристиками Web, как гипертекстовость, интерактивность, децентрализация источников информации и др. С психологической точки зрения вышеназванные характеристики новых медиа обеспечивают наличие у них определенного развивающего потенциала. Это позволяет предполагать, что активные интернет-пользователи будут обладать некими когнитивными преимуществами по сравнению с другими, а именно: благодаря объему и доступности web-информации они будут иметь более сложную категориальную структуру сознания. Высказанная гипотеза в настоящем исследовании эмпирически проверяется на материале абстрактных понятий.

Организация исследования. Настоящее исследование продолжает обозначенную В.Ф. Петренко линию моделирования частных семантических пространств. Основным инструментом получения данных также выступал семантический дифференциал, специально созданный для целей настоящего исследования. Его образовали 40 однополярных прилагательных, 14 из которых были ранее заданы в предметном дифференциале Е.Ю. Артемьевой [4, с. 10], оставшиеся получены в итоге ассоциативного эксперимента (100 взрослых, описывающих характеристики различных предметов). По шкалам семантического дифференциала испытуемых просили оценить (по 7-балльной шкале) несколько объектов, среди которых было два абстрактных понятия («мир» и «абракадабра»).

Респондентами выступали 250 человек старше 35 лет и занятых в интеллектуальных профессиях (педагоги, социальные работники, медики, юристы, инженеры-электрики). Критериями для разделения выборки на группы, представляющие различные информационные субкультуры, выступили результаты анонимного анкетирования (выбор вида деятельности в свободное время – чтение или просмотр – и количество времени, уделяемое каждому из них). В исследованной выборке было установлено, что 16% (40 человек) можно отнести к представителям субкультуры слова; 34% (85 человек) – к носителям субкультуры медиаобраза.

Для чистоты получения данных факторизации контрастные выборки «субъектов читающих» и «субъектов просматривающих» были численно уравновешены (по $n = 40$).

Поскольку основная цель проводимого исследования заключается в изучении когнитивной сложности сознания представителей разных информационных субкультур (т.е. внимание акцентируется на категориальной структуре знаний, а не на содержании категорий), то обозначение полученных конструкторов осуществлялось по ведущим шкалам с ориентацией на общекультурные факторы: «Оценка», «Сила», «Активность», «Сложность», «Упорядоченность», «Реальность», «Обычность».

Результаты и их обсуждение.

Понятие «мир». Современная наука признает наличие в психической реальности субъекта неких интегральных образований, определяющих его способы понимания окружающего мира и взаимодействия с ним. Для их фиксации используются различные термины: «картина мира», «жизненный мир», «мыслящий мир», «образ мира», «когнитивные репрезентации» или «когнитивные карты» и др., что объясняется различием методолого-теоретические основания для его интерпретации и операционализации.

В интерпретации концепта «картина мира» психологи во многом опираются на позицию М. Хайдеггера [5], который провел параллель между процессами превращения мира в его картину и преобразования человека в субъекта, овладевающего действительностью. То есть картина мира – это не столько изображение мира, сколько его понимание. Иначе говоря, картина мира – это еще один мир, сконструированный человеком для себя и поставленный им между собой и реальностью. Близкой точки зрения, подчеркивающей активность субъекта в построении картины мира, придерживался и К.Г. Юнг:

«Не надо думать, что наше мировоззрение есть некое единственно правильное, “объективное” отражение действительности. Это всего лишь суеверие. На самом деле оно является не средством, с помощью которого мы постигаем истину, а лишь картиной, которую мы рисуем ради нашей души» [6, с. 12].

В советской психологии изучение картины мира началось в 80-х годах XX в. с фундаментальной работы А.Н. Леонтьева «Психология образа» [7], в которой решалась в т.ч. и задача определения методических направлений моделирования субъективного мира человека. Основатель теории деятельности трактует образ мира (или образ реальности) как основу жизнедеятельности человека, как целостный об-

раз объективного мира, интерпретацию человеком действительности, позволяющую ему ориентироваться в ней (что в целом совпадает с представленными выше позициями зарубежных ученых). Можно выделить ряд базовых идей, которые объединяют представителей разных подходов к изучению картины мира. Во-первых, это понимание данного образования одновременно как результата жизнедеятельности субъекта и инструмента организации его взаимодействия с окружением. Во-вторых, наличие у картины мира многослойного, иерархического строения. В-третьих, признание двух основных источников ее происхождения: общественной практики и индивидуального опыта. Представленные обобщения позволяют предполагать, что активная виртуальная практика (как и любая другая) будет определенным образом репрезентирована в его картине мира.

В таблице 1 представлено по три основные по субъективной значимости категории, выявленные в разных группах респондентов, и по три образующих их шкалы семантического дифференциала.

Таблица 1. – Мир: категориальная организация знаний

Группа «субъектов читающих»		Группа «субъектов просматривающих»	
«Оценка» (23,65% общей дисперсии)		«Активность» (23,94% общей дисперсии)	
полезный	0,888	динамичный	0,834
содержательный	0,769	сложный	0,828
красивый	0,769	грустный	0,777
«Обычность» (11,43%)		«Обычность» (12,32%)	
креативный	0,842	знакомый	0,817
обычный	0,796	полезный	0,807
приятный	0,643	приятный	0,788
«Активность» (8,98%)		«Оценка» (8,55%)	
динамичный	0,778	несчастный	0,788
быстрый	0,712	смелый	0,716
хаотичный	0,625	сильный	0,613

Как следует из данных таблицы 1, выявленные в итоге моделирования категории в двух группах по содержанию близки друг другу. Следует только отметить, что мир для представителей типа «человек просматривающий» выступает как значимо более активный, динамичный по сравнению с миром для представителей типа «человек читающий». Возможно, что ведущая по значимости категория «Активность» в этой группе отражает имеющийся опыт погружения в быстро меняющиеся информационные потоки. Кроме того, любители чтения в целом дают миру более позитивную оценку (1 фактор) по сравнению с теми взрослыми, кто отдает свои предпочтения цифровым информационным устройствам (3 фактор).

Понятие «абракадабра». Необходимо отметить, что значение этого слова оказалось знакомо не всем участникам исследования. Данное понятие было использовано для обеспечения максимальной свободы проекций когнитивных структур испытуемых на семантический материал. Основные итоги факторного анализа (по три ведущих категории с тремя основными дескрипторами-образующими) представлены в таблице 2.

Таблица 2. – Абракадабра: категориальная организация знаний

Группа «субъектов читающих»		Группа «субъектов просматривающих»	
«Активность» (37,61% общей дисперсии)		«Упорядоченность» (53,93% общей дисперсии)	
активный	0,834	удобный	0,833
добрый	0,833	современный	0,800
красивый	0,799	добрый	0,764
«Обычность» (11,49%)		«Обычность» (9,03%)	
обычный	0,825	красивый	0,818
доступный	0,797	обычный	0,797
сильный	0,779	натуральный	0,703
«Оценка» (8,69%)		«Оценка» (5,25%)	
горячий	0,876	чужой	0,768
чистый	0,779	старый	0,741
горький	0,748	несчастный	0,725

Как следует из данных таблицы 2, содержательная интерпретация выявленных конструктов довольно затруднительна. Но вполне закономерно, что при понимании несуществующего объекта появляется категория «Обычность».

Общая характеристика категориальной организации знаний об абстрактных понятиях. Полученные эмпирические данные позволяют также решить и основную задачу проведенного исследования, заключающуюся в оценке когнитивной сложности знаний об абстрактных понятиях у представителей разных информационных культур. Как уже отмечалось выше, основным критерием когнитивной сложности в когнитивном подходе к операционализации категорий сознания является количество факторов-категорий. Однако при единодушии в признании данного параметра когнитивной сложности/простоты сознания дискуссионным остается вопрос об основаниях отбора категорий. Наиболее часто используемыми являются критерий Кайзера (или критерий собственных чисел больше единицы) и критерий Хэмфри (абсолютная величина произведения двух максимальных факторных нагрузок должна быть вдвое больше двойки, деленной на корень квадратный из количества наблюдений). Поэтому в таблице 3 отражено количество факторов, полученных на разных критериальных основаниях.

Таблица 3. – Количество факторов, организующих знания об абстрактных понятиях у представителей разных информационных субкультур

Критерий значимости	Группа респондентов	Объект оценивания	
		Мир	Абракадабра
Критерий Кайзера	Субъект читающий	12	10
	Субъект просматривающий	12	7
Критерий Хэмфри	Субъект читающий	2	4
	Субъект просматривающий	1	1

Обобщенные результаты таблицы 3 показывают, что по критерию Кайзера количество категорий в двух выборках совпадает для понятия «мир». По более строгому критерию отбора Хэмфри более когнитивно сложными выступают представители типа «человек читающий». Относительно абстрактного понятия «абракадабра» респонденты данного типа оказываются более сложными вне зависимости от использованного критерия отбора факторов-категорий.

Близость параметров когнитивной сложности знаний о мире у представителей разных информационных субкультур объясняется не только общностью непосредственного, чувственного опыта взаимодействия, но выступает также показателем культурно-исторической природы категорий познания предметного мира. Основанием для подобного утверждения выступают экспериментальные исследования А.Р. Лурии, посвященные изучению феномена культурной опосредованности познавательных процессов. Проведение данных исследований в 30-х годах XX в. в Узбекистане и Киргизии обусловлено уникальностью сложившихся культурно-исторических условий, а именно: одновременным сосуществованием людей, как совершенно не затронутых европейским образованием, так и приобщившихся к нему в разной степени. Устойчивость и идентичность категорий мышления, обнаруженная А.Р. Лурией у людей с разной степенью образованности, по его мнению, «отражает исторически развившийся и унаследованный способ классификации предметов в окружающем нас мире» [8, с. 50], т.к. процессы обобщения не являются «инвариантными на всех этапах социально-экономического и культурного развития. Такие процессы сами являются продуктами культурной среды» [8, с. 66]. Другими словами, у наших респондентов как представителей одной культуры, но отдающих предпочтение разным знаковым системам, существует общий опыт предметно-чувственного познания мира, осуществляемый в наглядно воспринимаемой ситуации. Об этом свидетельствует и отсутствие достоверных различий усредненных оценок, поставленных понятию «мир» в разных группах по шкалам семантического дифференциала ($t = 0,06$).

Большая когнитивная сложность представителей типа «субъект читающий» в области абстрактных (или несуществующих) понятий еще требует более строгой эмпирической проверки. Однако даже на материале одного объекта можно предполагать, что в этой области будут установлены различия между представителями разных информационных субкультур, поскольку медиаобраз как единица кодирования информации по своим характеристикам (в частности, иконичности) оставляет познающего субъекта в границах себя самого, т.е. в рамках наглядно воспринимаемого явления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Osgood, C.E. The measurement of meaning / C.E. Osgood, G. Suci, P. Tannenbaum. – Chicago and London : University of Illinois Press, 1957. – 342 p.
2. Bentler, P.M. An Extension of semantic Space / P.M. Bentler, A.L. LaVoie // Journal of Verbal Learning and Verbal Behaviour. – 1972. – Vol. 109. – P. 123–144.

3. Петренко, В.Ф. Основы психосемантики / В.Ф. Петренко. – СПб. : Питер, 2005. – 480 с.
4. Артемьева, Е.Ю. Психология субъективной семантики / Е.Ю. Артемьева. – М. : МГУ, 1980. – 128 с.
5. Хайдеггер, М. Время картины мира : [пер. с нем.] / М. Хайдеггер // Время и бытие : сб. ст. и выступлений. – М. : Республика, 1993. – С. 41–63.
6. Юнг, К.Г. Проблемы души нашего времени : [пер. с нем.] / К.Г. Юнг. – М. : Прогресс, 1993. – 112 с.
7. Леонтьев, А.Н. Психология образа / А.Н. Леонтьев // Вестник МГУ. Сер. 14, Психология. – 1979. – № 2. – С. 3–13.
8. Лурия, А.Р. Культурные различия и интеллектуальная деятельность / А.Р. Лурия // Этапы пройденного пути: Научная автобиография / под ред. Е.Д. Хомской. – М. : МГУ, 1982. – С. 47–69.

Поступила 18.04.2019

FEATURES OF ABSTRACT CONCEPT CATEGORIZATION BY REPRESENTATIVES OF DIFFERENT INFORMATION SUBCULTURES

E. MEDVEDSKAYA

The article is devoted to the problem of the impact of digital technologies on the categorization of abstract concept knowledge of their users. The psychological typology of informational subcultures (word subculture and media image subculture) and their representatives (reader and viewer) is theoretically substantiated. The results of empirical study of the categorization of abstract concept knowledge among representatives of different informational subcultures are presented. It has been established that the categorization of abstract knowledge is more complicated in those who bear the traditional culture of the printed word. An explanation is offered to the fixed categorization simplification through the features of the media image as the leading unit for coding Internet information.

Keywords: *sign system, printed word, media image, categorization, cognitive complexity, abstract concept, factor analysis, semantic differential.*