

## КОГНИТИВНАЯ КАРТА – ЧУВСТВЕННО-ОБРАЗНОЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ О ПРОСТРАНСТВЕ

*Татьяна Витальевна Чапля*

Новосибирский государственный педагогический университет, 630126, Россия, г. Новосибирск, ул. Вилуйская, 28, доктор культурологии, доцент, профессор кафедры теории, истории культуры и музеологии, тел. (383)244 04 89, e-mail: Chap\_70@mail.ru

В статье рассмотрены основные характеристики когнитивной карты, в ее соотношении с ментальной картой, когнитивным и ментальным пространством, сделан вывод, о том, что они воплощают в себе объективное и субъективное представления о пространстве, находящие свое воплощение в социальных практиках социума, в образах и чувственных переживаниях. В основу анализа положены представления социальной географии и теории географических образов, а также теории восприятия. Показано, что источником формирования представлений о пространстве являются потребности как отдельной личности, так и социума, которые порождают пространства разного функционального назначения.

**Ключевые слова:** когнитивная карта, ментальная карта, пространство, восприятие, поведение, личность, общество, среда.

## COGNITIVE MAP – SENSITIVE AND IMAGINATIVE VISION OF THE ENVIRONMENT

*Tatiana V. Chaplya*

Novosibirsk State Pedagogical University, 28, Vilyiskya St., Novosibirsk, 630126, Russia, D. Sc., Professor, Department of Theory, History of Culture and Museology, phone: (383)244-04-89, e-mail: Chap\_70@mail.ru

In the following article the principle characteristics of a cognitive map within its correlation with the mental map and the cognitive and mental environment are viewed and the conclusion upon the fact that they introduce the objective and subjective ideas about space which find their implementation in social behavior models of the society, in the images and sensual experience is made. In the basis of the analysis the concepts of social geography and the theory of geographical images as well as the theories of perception were laid. The fact that the needs of both, a separate individual and the society, that generate domains of various functional use are the source of forming space understanding is shown.

**Key words:** cognitive map, mental map, environment, perception, behavior, personality, society.

Существование человека в мире и мира для человека напрямую связано с его представлениями о пространстве, которое обладает не только физическими, но и символическими, образными характеристиками. Определение особенностей формирования образных или семантических характеристик пространства, составляющих основу когнитивных карт личности, влияющих на поведение индивидов в обществе составляет цель данной статьи.

Изучение образных характеристик пространства связано с таким направлением научных исследований, как социальная география. Д. Н. Замятин считает,

что географическое пространство представляет собой «результат осмысления (по своей сути социального) земного пространства, выделения и формирования наиболее важных образов, стереотипов восприятия пространства» [1, с. 12].

Процесс символизации или означивания пространства протекает медленно и сопровождает каждого из нас всю жизнь. Начало формирования пространственных представлений и наделение пространства смыслом начинается с момента рождения, процессов развития зрения и рефлекса хватания. Как только ребенок научается фиксировать взгляд и тянуть руки к предмету, он уже способен противопоставлять себя миру и осознавать его как нечто, находящееся вне его. Следующим шагом становится жест указания на что-то в пространстве, к чему он тянется или что является предметом его интереса, тем самым пространство становится местом удовлетворения его потребностей. Каждый из нас познает пространство культуры через пространство своего дома и двора, как мест своего ближайшего проживания, где пересекаются категории пространства и времени [2, с. 98]. «Изначально ребенок исследует их на уровне горизонтали, а затем вертикали, как только начинает ходить. В рамках своего дома каждый получает представление о разделении пространства дома на помещения, отличающиеся функционально, что в дальнейшем приводит к формированию определенных ассоциаций зависимости функции помещения от его расположения в квартире или в доме, в дальнейшем – в публичном здании» [3, с. 21].

Освоение ребенком пространства дома – места его проживания, связано с устойчивым комплексом переживаний и образов, которые закрепляют в каждом из нас образ родного дома, наполненного знакомыми предметами, звуками, запахами и разного рода событиями, в итоге возникает когнитивная карта дома, которая будет сопровождать нас по жизни. «Люди сами привносят что-то в окружающее их пространство, фиксируют в памяти те места, которые используются ими повседневно для определенных функций и целей, а также те, которые ассоциируются с важнейшими событиями в их жизни, и все это отражается на так называемых ментальных картах» [4, с. 472].

Такое разворачивание освоенного и присвоенного, то есть осмысленного и насыщенного образами пространства, формируется у каждого человека по мере увеличения границ доступного пространства. То есть вначале это выход за пределы родного дома, например, во двор, который тоже наделяется символами, связанными с переживаемыми событиями и впечатлениями от них, далее это может быть район, город, страна, либо это может быть посещение разного рода помещений: театра, больницы, магазина и т.п. В итоге в каждом из нас формируется двойное представление о пространстве: его гравитационные, физические параметры, которые, как правило, связаны с горизонтальной ориентацией, и субъективные представления о мире и пространстве, которые соотносятся с вертикальной ориентацией, и имеют ценностную окраску. Обе эти характеристики пространства определяют формирование когнитивных карт, помогающих нам ориентироваться в окружающем мире. Впервые термин «когнитивная карта» был использован Дж. Новак. Она понимала под ней «технику визуальной репрезентации структуры информации, которая описывает взаимодействие по-

нятий в понятийном поле» [5, с. 174]. В рамках социальной географии «когнитивные карты – пространственные схемы окружения, которые строит в своем представлении человек» [6, с. 157].

В итоге жизнь и поведение человека в социальной среде предполагает сочетание, как минимум, двух типов карт – ментальной и когнитивной. Первая связана с процессами категоризации и концептуализации повседневного опыта каждым из нас, вторая – это вместилище всей информации, получаемой индивидом извне в процессе социализации. Таким образом, когнитивное пространство «представляет собой некое абстрактное образование, предназначенное для переработки и хранения полученной извне информации», а ментальное пространство «связано со структурой когнитивного пространства, то есть тем, с помощью чего оно описывается» [7, с. 65]. То есть мы имеем сочетание субъективного и объективного опыта в процессах осмысления, восприятия и организации окружающего мира. При этом только человек способен дать символическое, знаковое определение пространству, так как «активность субъекта в отношении определения пространства связана с ориентацией его в пространстве, которая позволяет определить, что такое есть объект в его отношении к другим вещам» [8, с. 174].

Когнитивное пространство можно считать коллективным хранилищем образов того или иного пространства, из которого каждый в зависимости от своих потребностей и ситуаций может создавать свои карты пространства. «При этом, однако, само «хранилище» не остается статичным, поскольку социальное общение и взаимодействие ведет к его постоянному пополнению, обновлению; могут меняться и условные формы такого хранилища, и способы репрезентации извлекаемых образов (развитие телекоммуникационной техники и визуальных способов передачи информации)» [9, с. 56].

Формирование когнитивного пространства имеет длинную историю, в ходе которой сформировались различные дискурсы его осмысления. Начало было положено в древности и имело своим основанием самого человека и его тело. Это означает, что в то время человек мерил мир самим собой, принимая себя за точку отсчета. Нередко этот период называют кинестетическим, чувственным. Следующая эпоха связана с переходом к визуализации, дистанцированности от себя самого. Доказательством стало изобретение или переоткрытие перспективы и возможность взглянуть на себя и мир как бы со стороны, с определенного расстояния. Хронологически этот период охватывает эпоху Возрождения и длится примерно до эпохи Просвещения. Третий период можно считать своеобразным возвратом к первой эпохе телесности, но на другом уровне: теперь тело имеет точные координаты своего положения, оно противопоставлено миру. «В первую... эпоху тело воображается и мыслится как тело-в-себе, тело – имманентное само себе пространство. Во вторую эпоху тело воображается в основном как тело-вне-себя, трансцендирующее, выносящее себя за пределы собственных границ с помощью подробно разработанных способов, дискурсов пространственного видения... в рамках третьей эпохи рождается тело современное, тело-для-себя, однако этот онтологический процесс постоянно осложняется

кризисом дискурсивных схем пространственного воображения» [10, с. 12]. Исходя из смены основных способов восприятия мира и пространства и способов фиксации полученного опыта, можно сказать, что человечество прошло путь от осязания, к зрению и слуху, до символической коммуникации с миром и с другими.

Осмысление и накопление образов пространства необходимо человеческому сообществу для организации своей жизнедеятельности и ориентации в мире. «Для правильной ориентации прежде всего в незнакомом пространстве людям служат карты, которые представляют символ действительности в миниатюре» [11, с. 93]. Этот прошлый опыт ориентации в пространстве связан со способностью человека к установлению в нем границ, связанных с определенными социальными практиками и удовлетворением потребностей. В итоге каждое поколение получает некий набор схем и готовых клише по восприятию и действию в определенной среде, получаемых в процессе социализации. Эти шаблоны напрямую влияют на поведение человека и социальных групп в пространствах различного типа. Главную роль здесь играют два компонента: восприятие и когнитивность. «Когнитивность принадлежит к числу тех психических процессов, посредством которых люди получают, сохраняют, интерпретируют и используют информацию. Восприятие... обозначает психический механизм, работа которого обеспечивает индивиду возможность переводить внешние сенсорные раздражения в упорядоченные, определенным образом организованные впечатления» [12, с. 44].

Способность человека к восприятию пространства связана с его способностью к упорядочиванию окружающей среды, является объективным отражением связности и целостности сознания субъекта. В связи с этим, «пространственные представления есть отражение текущего уровня развития самого человека, а в историческом плане – срез когнитивной эволюции. Для человека пространство оказывается конструктом его сознания, который он, в силу культурной традиции, полагает тождественным доминирующим представлениям о внешнем мире. При этом его реальное бытие протекает в пространстве, отражающем его индивидуальный личный уровень развития» [13, с. 17].

Основу процесса восприятия составляет системаобратной связи, помогающая соотносить наши действия и представления с системой возможных действий, и тем самым выбирать наиболее адекватные из них, ведущие к достижению цели.

Обратной связью, работающая как система селекции и отбора, означает для индивида постоянное перемещение: не только физическое, но и мыслительное, связанное с самоопределением относительно кого-то или чего-то. «Начиная двигаться, что-то или кто-то (субъект/объект или некая субстанция) начинает задавать, определять, фиксировать самого себя своим собственным пространством, размещаясь в нем. Движение как таковое можно представить, как процесс осознания себя (или кого-то другого) «в» месте и «на» месте» [14, с. 21].

Создание в результате действия обратной связи банка образов мест позволяет обществу и каждому в отдельности (выступая в роли наблюдателя) до-

вольно свободно перемещаться в пространствах разного типа и выбирать правильные стратегии поведения в своем окружении. «Окружение предлагает членения и зависимости, а наблюдатель, обладая высокой степенью приспособляемости и исходя из собственных нужд, отбирает, организует и наделяет значением то, что он видит. Будучи сформированным, образ начинает ограничивать круг воспринимаемого и подчеркивать что-то в нем; сам же он постоянно испытывается в столкновении с отфильтрованными через него впечатлениями в процессе неустанного взаимодействия» [15, с. 19].

Благодаря обратной связи сохраняются и фиксируются так называемые, паттерны памяти, отражающие узнаваемость того или иного места и связанные с ним переживания. Для человека это «то, что запечатлелось с детства, формирует норму жизни, устойчивость психики в изменчивом мире» [16, с. 141]. Выражением процесса сохранения памяти становятся мемориальные сооружения, определенные формы зданий, которые должны вызывать у воспринимающих определенные чувства. Постепенно такого рода формы усваиваются культурой и начинают передаваться из поколения в поколение, что делает окружающую среду знакомой, безопасной и читаемой для своих обитателей. Среду, которую легко можно узнать с точки зрения ее предназначения, принято называть прозрачной. В таких местах формируются паттерны поведения, связанные с определенной территорией и определенным сценарием поведения. К примеру, в городской культуре веками складывались различные типы пространства и соответствующие им типы архитектурных сооружений. «В городе можно представить наличие следующих архетипов: внешнее и внутреннее пространство – архетип улицы и двора; архетип места – идентификация – это мое, я здесь живу; архетип центра и окраины; архетипические пространства праздника, святыни, кладбища, отдыха, развлечений и т.д.» [17, с. 174].

Паттерны восприятия и поведения в окружающей среде представляют собой соединение двух моментов в жизни человеческого сообщества: реализацию потребностей и создание пространства, соответствующего функциональному назначению среды. На выходе получается, что «представления о пространстве, окружающем человека, существуют в его сознании как образы, сформированные не только тем, что он видит, но и на основе того, что может быть подсказано памятью и воображением, а также того, что было пережито и усвоено в процессе практического опыта, продиктовано социально-исторической ситуацией и традициями» [18, с. 15].

Формируемая на этой основе когнитивная карта или представления о когнитивном пространстве не носят застывшего или статичного характера, они изменяются, уточняются по мере того, как у человека или сообщества изменяются визуальные представления об окружающем пространстве. Любое окружение имеет в себе некий объем избыточной информации, который позволяет в рамках объективно выстроенного когнитивного пространства каждому представителю культуры построить свое личное когнитивное пространство. В этом количестве избыточной информации субъект способен выбрать узловые точки, построить свои ориентиры, которые будут иметь для него ценностный смысл. К одному из

методов маркировки среды относится «метод локусов» или набор мнемонических приемов, разработанный еще в Древней Греции. «Метод основан на устойчивости когнитивных карт и состоит в запоминании примечательных мест (локусов) вдоль некоторого маршрута и последующего применения соответствующей когнитивной карты в качестве мнемонического средства» [7, с. 163]. Говоря о построении или содержании когнитивной карты, следует учитывать, что «принятие информации происходит на психическом уровне и результат приема информации и изменения мыслей и поведения... может иметь довольно длительный временной разрыв» [18, с. 28]. Это означает, что взаимодействие опыта прошлых поколений по поводу создания образов окружающей среды может находить свое воплощение в поведенческих стратегиях и символическом наполнении содержания и организации пространства последующих поколений.

Основа для формирования общих когнитивных карт заключается в определенных свойствах самого пространства и особенного отношения человека к миру. «Именно это свойство пространства быть почувствованным, представленным и далее описанным людьми ... является важным, так как оно позволяет говорить о существовании некоторых коллективных общих образов одного и того же пространства...» [19, с. 174]. В связи с этим процесс социализации можно представить, как «процесс поиска синхронных... образов, соответствующих доминирующим типам социологических взаимодействий и выражающихся в постоянно увеличивающемся (количественно и качественно) потоке пространственных трансакций» [20, с. 131].

В результате закрепления за определенным типом пространства определенных чувственных переживаний, способствует выработке и закреплению в общественном сознании определенных форм власти пространства над поведением человека и его психикой. К примеру, «тюрьмы, концентрационные и военные лагеря создавались с конкретной целью подчинения людей неким социальным порядкам с использованием средств психологического давления. Изоляция, утрата права пребывания с самим собой, утрата ориентации в пространстве, времени являются наиболее действенными средствами такого воздействия на психику человека посредством пространственной формы» [21, с. 61]. Другим примером подобного типа отношений может служить геобрендинг как технология формирования в сознании индивида значимых представлений о территории, создание на базе объективных идентификаторов места дестинации полезных и неоспоримых преимуществ, обеспечивающих уникальность объекта [22, с. 69].

Таким образом, можно констатировать, что когнитивная карта или когнитивное пространство представляет собой чувственный образ окружающего пространства, включающего в себя образы, схемы, паттерны поведения в определенных пространственных средах, определяющих и направляющих восприятие и поведение как отдельно взятого индивида, так и общества в целом.

## БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Замятин Д. Н. Образы путешествий: социальное освоение пространства // Социологические исследования. – 2002. – № 2. – С. 12–22.
2. Тихомирова Е.Е., ЧжаоЦзиннань. Когда жилище становится домом: универсальные культурные смыслы китайской традиции // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. – 2012. – № 3 (7). – С. 98–103.
3. Чапля Т. В. Архитектура и общественное поведение // Интерэкспо Гео-Сибирь. – 2017. – Т.6. – № 1. – С. 20–24.
4. Gieryn T. F. Space for place in Sociology // Annual Review of Sociologie. – 2000. – Vol.26. – Pp. 463–496.
5. Богданова Е. Л., Богданова О. Е. Развивающий потенциал метода построения когнитивных карт в условиях образовательной практики высшей школы // Вестник ТГУ. – 2011. – № 353. – С. 161–165.
6. Эстетические ценности предметно-пространственной среды. – М.: Стройиздат, 1990. – 335 с.
7. Егорова М. А. «Когнитивное пространство» и его соотношение с понятиями «ментальное пространство», «когнитивная база», «концептосфера», «картина мира» // Вестник ИГЛУ. – 2012. – № 3 (20). – С. 61–68.
8. Чапля Т. В. Архитектурное пространство – способ моделирования человеческого поведения // Вестник ТГУ. Культурология и искусствоведение. – 2017. – № 27. – С. 64–77. DOI: 10.17223/22220836/27/7.
9. Замятин Д. Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов. – М.: Знак, 2006. – 488 с.
10. Замятин Д. Н. Постгеография: кап-(изм) географических образов // Социологические исследования. – 2014. – № 10. – С. 3–14.
11. Черноушек М. Психология жизненной среды. – М.: Мысль, 1989. – 174 с.
12. Голд Дж. Психогеография и география: Основы поведенческой географии. – М.: Прогресс, 1990. – 304 с.
13. Михалевский Д. В. Пространство и Бытие. Сборник статей. – М.: «Алетейя», 2017. – 478 с.
14. Замятин Д. Н. Пространство и движение // Социологические исследования. – 2014. – № 4. – С.20–29.
15. Линч К. Образы города. – М.: Стройиздат, 1982. – 328 с.
16. Штейнбах Х. Э., Елевский В. И. Психология жизненного пространства. – СПб.: Речь, 2004. – 239 с.
17. Степанов А. В. и др. Архитектура и психология. – М.: Стройиздат, 1993. – 295 с.
18. Чапля Т. В. Ценностные аспекты информации и культуры // Информационное общество: Культурологические аспекты и проблемы. – Краснодар, 1997. – С. 27–29.
19. Мокроусова А. К. Образы города как ресурс анализа социального пространства // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2012. – № 3. – С. 173–181.
20. Замятин Д. Н. Пространство как образ и трансакция: к становлению геонимики // Общественные науки и современность. – 2008. – № 2. – С. 129–142.
21. Шубенков М. В. Структурные закономерности архитектурного формообразования. – М.: «Архитектура – С», 2006. – 320 с.
22. Безродная Л.В., Харламов А.В. Брендингдестинаций как стратегия развития территории: социально-управленческий подход // Теория и практика общественного развития. – 2017. – №5. – С. 69–71.

© Т. В. Чапля, 2019