

ТЕОРИЯ И МЕТОДЫ ИЗМЕРЕНИЯ

ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ В СОЦИОЛОГИИ

Т.С.Баранова

(Москва)

Анализируется одна из важнейших проблем социологического исследования - проблема получения информации о глубинных структурах психики человека, пригодной для включения в социологические модели. Аргументированно доказывается правомерность применения к соответствующим социологическим задачам предлагаемого метода построения субъективных семантических пространств.

Ключевые слова: индивидуальное сознание, социальная установка, экспериментальная психосемантика, семантический дифференциал, семантическое пространство.

Обращаясь за информацией, необходимой в социологическом исследовании, к человеку как носителю индивидуального сознания, необходимо принимать во внимание тот факт, что в основе содержания и функционирования этого сознания лежат определенные закономерности. И главная из них - наличие в психике индивида неосознаваемых (или осознаваемых лишь частично) феноменов. Как правило, они не облечены в словесную форму, имеют эмоциональную окраску и сильную энергетику. В социологии этот уровень психики весьма приблизительно фиксируется аффективным компонентом социальной установки.

Наличие аффективного уровня в сознании респондента - факт настолько очевидный и широко известный, что считается в социо-

логии само собой разумеющимся. Однако, признавая существование этого уровня, мало кто применяет к его исследованию методы, адекватные его природе. Используются в основном анкетные опросы, которые не выводят исследователя из круга когнитивных, нормально обусловленных реакций респондентов. Результаты подобных опросов, включенные в исследовательские модели, дают искажение уже на начальной стадии анализа. Отсюда все недоумения по поводу того, почему поведение респондентов не согласуется, например, с их ценностными ориентациями. Обычно при исследовании последних фиксируются три элемента установочной структуры респондента - когнитивный, аффективный и поведенческий. Когнитивный элемент выявляется вопросом типа: "Насколько Вы знаете то-то и то-то?" Аффективный - вопросами типа: "Как Вы оцениваете или насколько Вы желали бы то-то и то-то?" Поведенческий элемент выявляется анализом реальных поступков респондентов. Во всех известных исследованиях наблюдалась высокая корреляция между когнитивным и аффективным компонентами и отсутствие связи с поведением. Это и неудивительно, поскольку прямо спрашивая респондента о его чувствах и эмоциях, мы прежде всего выясняем, что он думает о них. Социологи на практике приходят к пониманию того, что давно известно психологам - человек, как правило, не осознает истинных мотивов своего поведения. Аффективный компонент социальной установки, непосредственно связанный с поведением, в подавляющем большинстве социологических исследований по сути остается за пределами анализа.

Мало осознаваемые человеком аффективные структуры не существуют в словесной форме, в языковых системах. Они имеют психологическую природу, связаны с личностным смыслом, который всегда сугубо индивидуален. Язык же - это надиндивидуальное образование. И добываясь от респондента информации с его аффективного уровня, мы, как правило, получаем ее с когнитивного. Когнитивная информация имеет совершенно другую природу. Она рациональна, непсихологична (описывает объект), нормативно окрашена и зависима от социального окружения. Когнитивный компонент находится под непосредственным, наиболее сильным давлением со-

бытий и их массовой интерпретации. Ситуация опроса вносит довольно сильные изменения именно на этом уровне осознания индивидом каких-либо явлений, поэтому соответствующая информация может быть весьма неопределенной.

Для иллюстрации возможных искажений, как на аффективном, так и на когнитивном уровне, приведем типичный пример исследования социальной идентичности личности. По определению, идентификация - это чувство слияния с группой, чувство принадлежности к ней, т.е. при наличии идентификации должен быть четко выражен аффективный компонент. Поэтому респонденту задается вопрос типа: "С какой из перечисленных ниже общностей людей Вы чаще всего соотносите себя, чувствуете наибольшую близость?" Или вопрос: "С кем Вы ближе, по отношению к кому Вы можете сказать: "Мы"?" Выбор респондентом какой-либо группы из перечисленных (семья, дети, коллеги, люди моей национальности и т.д.) интерпретируется как наличие идентификации с ней. Однако здесь не учитываются в общем-то очевидные вещи. Если даже предположить, что эмоциональный компонент вербализован, осознан, существует на когнитивном уровне, есть опасность получить неадекватную истине информацию по следующим двум причинам: респондент может не хотеть открыть свои групповые предпочтения (нет доверия исследователю, данному исследованию, а возможно, и социологии в целом); наоборот, респондент желает помочь исследователю, пытается понять, что от него хотят, и ищет соответствующие варианты ответов. Значит, когнитивный компонент, а следовательно аффективный, не безразличен к ситуации опроса, опосредован ожиданиями социального окружения (в которое входит не только интервьюер, но и группа, в которой респондент находится в данный момент).

Еще один важный момент в исследовании когнитивного уровня состоит в том, что нередко респондент пользуется иной системой понятий, нежели исследователь. Конкретные объекты, к которым можно отнести понятие, у каждого из общающихся индивидов могут, в принципе, не совпадать. Специалисты по лингвистике считают, что идеальное значение, выраженное в языке, имеет больше системообразующих связей с другими значениями, нежели с действитель-

ностью. Это обусловлено присущим языку, помимо отражения реальности, свойством самоотражения. Именно это придает ему единство и относительную самостоятельность [1,с.11-13]. Естественно, в разных социокультурных общностях существуют свои системообразующие связи. Присущая языку зависимость от своеобразия культурных систем остро ставит проблему понимания, ибо "общение посредством языковых форм - сущность вторичная по отношению к действительности, которую они отражают" [1,с.11].

Сказанное констатирует, что существуют недостатки, присущие анкетному способу исследования индивидуального сознания даже на когнитивном (осознаваемом) уровне психики индивида. Однако в большинстве случаев респондент не может адекватно оценить свои истинные предпочтения, в данном случае групповые, свою тождественность с какой-либо социальной группой. Для этого ему необходимо перенести информацию о собственных глубинных мотивах, элементы аффективных состояний, не имеющие словесного аналога, в социальную ситуацию (какой и является ситуация социологического опроса), ситуацию, структурированную посредством социальных ролей и подверженную влиянию социальных норм и ценностей.

Поэтому, выбирая в качестве предмета анализа такие сложные социально-психологические образования, как стереотипы, ценности, социальные идентификации, т.е. глубоко затрагивающие аффективный уровень респондента, необходимо учитывать переплетение в индивидуальном сознании двух реальностей: отраженной непосредственно в виде субъективных переживаний и ощущений опосредованно - через систему общественно выработанных способов осознания (через языковые формы). Такая двойственность индивидуального сознания - факт, хорошо известный в психологии. Имен- но в этой области возникли представления о жизненном пространстве К.Левина, имплицитная теория личности, теория личностных конструктов Дж.Келли, теория личностных смыслов А.Н.Леонтьева. Последний разработал стройную теорию двойственности сознания, ныне ставшую классической в психологии. Он противопоставил значение как обобщенную форму отражения действительности и *личностный смысл*. Значение фиксируется в языке, оно наиндивиду-

ально, объективно и непсихологично. Смысл - индивидуален и субъективен, имеет психологическую природу. В принципе его можно вербализовать: субъект может сформулировать специфику своих переживаний и понимания. Однако, как правило, личностный смысл не имеет аналога в языковых единицах. Человек подбирает лишь значение, т.е. то, что осознается, что включено в культурные языковые схемы.

Представляется, что в социологической интерпретации значениям соответствует когнитивный уровень социальной установки, а личностным смыслам - аффективный компонент.

Возникает проблема адекватного описания аффективного уровня индивидуального сознания. В практике психологического исследования наиболее известны две группы методов, ориентированные на анализ содержания мало осознаваемых, с трудом вербализуемых феноменов. Это проективные и психосемантические методы, полная сопоставимость которых доказывается в некоторых работах (см., например, [2]). Однако в социологическом исследовании вряд ли оправдано применение трудоемких проективных методик, разработанных в русле исследований психологии личности, как и репертуарных решеток Дж.Келли, имеющих целью исследование уникальности и своеобразия отдельной личности.

Другое дело - психосемантические методы, доказавшие возможность их использования для анализа широкого круга социальных явлений [3-6]. Психосемантика зародилась на стыке психологии и семантики: общей была именно идея различения значения и смысла. То, что значения имеют субъективный аспект, представляло собой один из исходных постулатов семантики. Субъективное представление значений является областью исследования психосемантики.

Основной метод экспериментальной психосемантики - построение субъективного семантического пространства (СП). Таковым принято считать совокупность определенным образом организованных признаков, описывающих и дифференцирующих объекты некоторой содержательной области [3]. Построение СП - это попытка передать понятие в простейших, филогенетически и онтогенетически первичных формах восприятия и эмоций, которая выводит нас из

системы социальной нормированности, общественной конвенции в мотивационно-потребностную сферу субъекта. Из сферы значений когнитивного уровня в сферу смыслов аффективного уровня.

Процедура формирования СП включает три этапа. Первый - *выделение семантических связей* анализируемых объектов, т.е. установление смыслового сходства между ними. Методики выделения смысловых связей: ассоциативный эксперимент, где мерой семантической связи пары объектов является сходство дистрибуций их ассоциаций; субъективное шкалирование; семантический дифференциал, где мерой сходства объектов является сходство их оценок, данных по биполярным шкалам, содержащим в качестве полюсов прилагательные-антонимы; методика сортировки, где семантическое сходство пары объектов пропорционально количеству объединений их в общие классы при процедуре классификации и т.д. Второй этап - это *математическая обработка исходной матрицы сходства с целью выделения универсумов*, т.е. факторов, лежащих в ее основе. Третий этап построения СП - *интерпретация выделенных факторов* [4,с.45-57].

В принципе, подбирая определенный метод построения СП, мы, по-видимому, можем описать разные уровни сознания - от чисто когнитивного до глубинных слоев психики. Наиболее подходящим для построения субъективного СП, фиксирующего личностные смыслы оцениваемых социальных объектов, представляется метод семантического дифференциала (СД), предложенный Ч. Осгудом [7]. Специфика СД заключается в том, что в качестве признаков - шкал, являющихся исходной базой для семантического пространства, служат антонимичные прилагательные, которые описывают простейшие, первичные формы восприятия и эмоций: "холодный - теплый", "тупой - острый" и т.д. Предполагается, что человек способен оценить изучаемый объект, соотнося интенсивность внутреннего переживания с заданной оценочной шкалой. Каждая шкала имеет 7 делений, которые фиксируют различные степени данного качества объекта. Шкалы, коррелирующие между собой, группируются в независимые факторы, образующие семантическое пространство. Психологическим

механизмом, обеспечивающим связь и группировку шкал в факторы, Ч.Осгуд считал явление синестезии.

Ч.Осгуд полагал, что СД помогает измерять так называемое *коннотативное значение* (в отличие от *денотативного*), т.е. не объективные характеристики, а "состояния, которые следуют за восприятием символа-раздражителя и необходимо предшествуют осмысленным операциям с символами" [7]. Коннотативное значение характеризует субъект оценки - человека, а денотативное - объект оценки, выражая его характерологические, независимые от субъекта, свойства. Лингвистический термин "коннотативное значение", по-видимому, является аналогом личного смысла в понятийном аппарате психолингвистики. Денотативное значение объективно, межличностно, познавательно, т.е. имеет характеристики когнитивного уровня сознания; коннотативное - субъективно, индивидуально, ценностно, т.е. описывается в тех же терминах, что и аффективный уровень.

Подчеркнем, что шкалы СД не описывают реальность, а являются метафорическим выражением состояний и отношений субъекта. В СП, построенном на основе этих шкал, мы имеем возможность отражать личностный смысл какого-либо объективного значения. В полученном пространстве аффективных значений фиксируется сближение понятий, на которые человек реагирует сходным образом, и разведение понятий, имеющих различный эмоциональный фон. Расстояние между понятиями выражается определенным числом, что в общем виде позволяет различать оценки: одного и того же понятия разными индивидами (или разными группами); разных понятий одним и тем же индивидом (или группой); одного понятия одним и тем же индивидом (или группой) в разное время.

Ч.Осгуд и его последователи искали универсальные факторы, общие как для людей разных культур, так и для любых измеряемых объектов. Подобных факторов было обнаружено три - "оценка" (Е), "сила" (Р) и "активность" (А). Универсальность СП по отношению и к объектам измерения, и к респондентам объясняется универсальностью, общностью для всех людей эмоционального кода. Таким образом снимается проблема языкового понимания. Предлагая рес-

пондентам оценить какой-нибудь объект по шкалам СД, мы выявляем своеобразие эмоциональных оценок, присущее каждому индивиду, т.е. информацию с аффективного уровня. По существу, психосемантические методы переводят информацию с когнитивного уровня (а исследовательская задача всегда сформулирована в его понятиях), на аффективный уровень, где эта информация закодирована не языковыми формами, а разнообразными ощущениями.

Дальнейшие исследования обнаружили, что объекты, относящиеся к различным семантическим областям (например к сфере политики, искусства, межличностных отношений и т.д.), изменяют измеряющие их шкалы в направлении денотативности (т.е. характеристик объекта). Получаемые частные СП могут иметь разную размерность, содержание выделяемых факторов, однако все они являются конкретизацией базисных факторов и сохраняют с ними корреляционные связи [3]. Размерность частного СП соответствует структуре эмоционального восприятия данного класса объектов. Его построение позволяет решить две задачи: выявить специфическую категориальную структуру индивидуального сознания в восприятии данного понятийного класса и разместить в этом СП анализируемые объекты. Последнее дает возможность проделать все измерительные операции, входящие в процедуру классического осгудовского СД.

Следует отметить, что выбор шкал, т.е. определение первоначального набора признаков для построения частного СП - чрезвычайно важный, творческий процесс. По сути дела исследователь проводит работу перекодирования понятий с когнитивного на эмоциональный уровень. Эту работу можно переложить на респондентов и ЭВМ, предлагая первым необозримо широкий список прилагательных-антонимов с тем, чтобы при помощи второй убедиться, что на проблему работает только небольшая часть этих прилагательных-признаков. Такой путь безусловно более объективный, но и несоизмеримо более трудоемкий. К тому же необходимо принимать во внимание существование порога способности респондента дифференцировать и отслеживать свои эмоциональные состояния и ощущения.

На практике, видимо, вполне достаточно ограничиться теми признаками, которые описывают эмоциональное отношение к данному семантическому классу объектов. Для определения первоначального списка прилагательных-признаков исследователь может провести ассоциативный эксперимент, опрос экспертов, анализ словарей различного типа и т.д. (см., например, [8,9]). От выбранных признаков зависит тот уровень осознанности, на котором респондент будет оценивать измеряемый объект. Делая упор на денотативные шкалы, мы расширяем СП, увеличивая информацию об объектах и неизбежно теряя информацию о субъектах. Делая упор на коннотативные, чисто метафорические шкалы, мы возвращаемся к трехфакторному СП, получая универсальную категориальную структуру индивидуального сознания, но теряем информацию об объекте.

На этом, надо сказать, очень увлекательном пути и возникли различные способы построения СП, описывающих субъективное отношение людей к различным социальным объектам, например политическим деятелям, произведениям искусства, объектам идентификации и т.д. Появилась возможность решать проблемы, формулируемые как социальные, используя психологические методы. Прекрасная математическая оснащенность психосемантических методов позволяет строить самые разнообразные системы детерминаций, выходить на различные социальные общности, выявляя эмоционально насыщенные, слабо структурированные представления человека о самом себе и других людях, о разнообразных социальных ценностях и, вообще, об объектах, отношении к которым глубоко лично.

В заключение хочется еще раз обратить внимание на тот факт, что объектом социологии часто становятся социальные феномены, имеющие сильную аффективную составляющую. Оказывая непосредственное воздействие на социальное поведение индивида, аффективный компонент скрыт от глаз наблюдателя, не всегда осознается самим субъектом и поэтому не включается в исследовательские модели в качестве фиксированной величины. Являясь пограничным феноменом, конвертируемым как в социальной среде, так и в психике индивида, аффективный компонент требует проецирования

в область исследования постулатов социологии, психологии и семантики. Область их пересечения описывается в социологии аффективной составляющей социальной установки, в психологии - личностными смыслами, в семантике - коннотативными значениями. Из этих наук только семантика (точнее психосемантика) может дать конкретный метод исследования. Построение субъективных СП, позволяющих вскрывать наиболее важные факторы, с помощью которых индивид осуществляет бессознательный категориальный анализ какого-либо социального феномена, и является таким методом. Он позволяет в какой-то мере решать проблемы исследования глубинных структур психики человека, во многом ответственных за регуляцию его поведения в обществе.

Литература

1. *Шукуров Э.Д.* Ощущение и понятие // Семантика и социальная психология. Фрунзе: Илим, 1976.
2. *Столин В.В., Кальвиньо М.* 0 Личностный смысл: строение и форма существования в сознании // Вестн. МГУ. Сер. XIV. Психология. 1982. N 3.
3. *Петренко В.Ф.* Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. М.: изд-во МГУ, 1983.
4. *Петренко В.Ф.* Психосемантика сознания. М.: изд-во МГУ, 1988.
5. *Шмелев А.Г.* Введение в экспериментальную психосемантику: теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности. М.: изд-во МГУ, 1983.
6. *Ушакова Т.Н., Павлова Н.Д., Зачесова И.А.* Психологические исследования семантики речи // Вопр. психол. 1983. N 3.
7. *Osgood Ch., Suci G., Tannenbaum P.* The Measurement of Meaning. Urbana, 1957.
8. *Клименко А.П.* Вопросы психолингвистического изучения семантики. Минск: Вышэйш. школа, 1970.
9. *Дубов И.Г., Пантелеев С.Р.* Восприятие личности политического лидера // Психол. ж. 1992. Т.13. N 6.