
**ОБЩИЕ ВОПРОСЫ МЕТОДОЛОГИИ И
МЕТОДИКИ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ**

**МЕТОД НЕОКОНЧЕННЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В
ИЗУЧЕНИИ ОБРАЗА "КУЛЬТУРНЫЙ ЧЕЛОВЕК"**

А.В.Бурлов, Г.Г.Татарова

(Москва)

Приводятся результаты пилотажного исследования "Образ культурного человека в менталитете студенчества", обосновывается использование метода неоконченных предложений для изучения образа "культурный человек" как социального стереотипа. Анализируются результаты проверки гипотезы – существуют ли типы образа культурного человека и если да, то какие они. Рассматривается образ "культурного человека" в контексте национального характера.

Ключевые слова: социальные ожидания, образ, метод неоконченных предложений, обоснование, элементарное обоснование, элемент, компонент, тип образа, шкала, национальный характер.

Проведенное нами исследование по теме "Образ культурного человека в менталитете студенчества" носит

сугубо методический характер. При этом мы ставили перед собой несколько исследовательских задач. Первая заключалась в разработке методики изучения образа культурного человека, опирающейся на идею использования проективных методов [1, с. 182-194] и, в частности, метода Неоконченных Предложений (НП). Вторая задача – определение размерности пространства восприятия образа культурного человека. Третья задача состояла в исследовании особенностей "языка" типологического анализа в ситуации работы со специфической текстовой информацией. И, наконец, четвертая – анализ образа культурного человека в контексте национального характера.

Концептуальная схема исследования.

При изучении социальной реальности, особенно динамичной для нашей страны, исследователь задается вопросом, как эта самая реальность воспринимается конкретными людьми, преломляется в их сознании. Как известно, когда дело касается изучения внутреннего мира человека, применение заранее заданных схем и однозначно интерпретируемых понятий становится невозможным. Жесткая формализация в этом случае не работает, ибо даже неясно, как ее задавать. Появляется необходимость привлечения категорий, которыми пользуются сами деятели для упорядочивания собственного повседневного жизненного опыта. В противном случае происходит втискивание данных в рамки заранее постулированной модели социальной реальности, что, на самом деле, может помочь исследователю лишь в том, чтобы систематически избегать

контакта с конструктами людей, которых он изучает [12, с. 309-310].

Наше исследование вплотную связано с проблемами **личностных значений**, субъективного восприятия людей. Оно направлено на изучение образа культурного человека, как некоего социального стереотипа, который используется индивидами для упорядочивания своего жизненного опыта. Задача заключалась в том, чтобы попытаться определить смысл, который вкладывают люди в понятие – "культурный человек".

В обыденной речи можно довольно часто встретить это выражение. Что вкладывают в него люди? Какого человека они называют культурным и каковы, собственно, критерии культурности? Что представляет собой образ "культурный человек" в их сознании? Существуют ли различные типы восприятия этого образа? Если существуют, то какие они? Какое семантическое пространство восприятия образа?

Разумеется, мы понимали, что попытки обнаружить у респондента четко сформулированное понимание образа будут тщетными, так как в сознании людей этот образ обладает размытыми, аморфными очертаниями. Он не является совокупностью рациональных суждений, а представляет собой преимущественно иррациональное отражение представлений, ощущений, окрасок, оценок, ассоциаций в широком смысле слова, которые довольно сложно артикулируются. Тем не менее, все эти феномены отражают определенный набор характеристик и оценок, выделяемых человеком как наиболее важные по отношению к искомому образу [8, с. 230]. В этой связи наша задача заключалась в

том, чтобы по возможности более полно собрать такого рода субъективные представления и выявить на их основе те характеристики, оценки и свойства изучаемого образа, которые выделяет респондент.

Исходя из этого, возникает вопрос о методах, способных обеспечить доступ к личностным конструктам респондентов. Особое внимание здесь обращают на себя проективные методы и, в частности, метод НП. Его применение дает наибольший эффект как раз в тех исследованиях, где возникает необходимость выявления субъективного восприятия человеком социальной реальности, личностных смыслов индивидов, стереотипов, образов, эталонов, ценностных ориентаций людей и т.д. При этом вербально выраженные реакции респондентов на первую часть предложений составляют ту базу, на основе которой можно будет выявить основные характеристики типов образа. Эти реакции представляют собой как бы отпечаток психологической структуры личности, в котором отражена ценностно-нормативная система и общества в целом. Поэтому можно сказать, что эти реакции несут в себе информацию о существующих в обществе и усвоенных индивидом нормах, ценностях, стереотипах, эталонах, образах и т.д., реконструкцию которых может провести социолог на основе эмпирической информации.

Выбор метода НП обусловлен и тем, что он успешно использовался группой, возглавляемой В.Б.Ольшанским в 1980-83 гг. для изучения **социальных ожиданий** [9, 10]. К сожалению, публикаций с методическими результатами этого проекта существует не так много, как того заслуживает исследование подобного характера. В последние

годы появились работы С.Г.Климовой [4, 5, 6, 7], в которых продолжено развитие методики НП для изучения социальных ожиданий, социальной идентификации личности. В настоящее время В.Б.Ольшанский планирует продолжение своих исследований.

Основной специфической особенностью данного метода является сложность получения с его помощью репрезентативных данных, что следует учитывать при проведении исследования. Это своего рода недостаток – основной минус большинства мягких методов. В данном случае, как отмечает, например, С.Г.Климова, из-за вероятности проявления практически неограниченного количества вариантов ответов многие обобщенные показатели либо очень малы, либо вовсе существуют в единственном числе. Количественные характеристики (например, всевозможные абсолютные и относительные частоты каких-то феноменов), поэтому, весьма нестабильны и нерепрезентативны [6, с. 50], что ограничивает сферу применения метода. С учетом такой ситуации применение метода наиболее оправдано при изучении либо однородных, либо диаметрально противоположных социальных групп.

В качестве объекта нашего исследования была выбрана достаточно однородная группа – студенты старших курсов и выпускники гуманитарных вузов. На следующих этапах исследования предполагается сравнение нескольких диаметрально противоположных групп. Эмпирические данные будут получены уже по уточненной методике, т.е. по "хорошо работающим" в изучении образа культурного человека неоконченным предложениям.

Для решения первой и второй задачи нашего исследования (для разработки методики сбора информации об образе и определения размерности восприятия образа) были внесены в инструментарий сбора информации 16-ть неоконченных предложений. На первый взгляд, наблюдаются повторы и число предложений велико. Как оказалось, такая стратегия была выбрана верно, ибо позволила уловить ряд тонкостей и нюансов. Вместе с тем, эта стратегия создала большие трудности в процессе работы с эмпирическим материалом. Мы намеренно шли на это, хотя, как известно, каждое неоконченное предложение обычно в исследованиях "обрабатывается" в отдельности. Итак, наши неоконченные предложения следующие:

- | | |
|---|----|
| 1) От других людей культурного человека отличает... | Б1 |
| 2) Культурный человек должен... | Б1 |
| 3) Обычно культурные люди... | Б1 |
| 4) Среди культурных людей я чувствую... | Б4 |
| 5) Ближе всего к понятию "культурный человек" понятие... | Б3 |
| 6) Всех культурных людей объединяет... | Б1 |
| 7) Чаще всего культурного человека можно встретить среди... | Б2 |
| 8) Культурным человеком я называю... | Б1 |
| 9) Культурные люди делятся на... | Б2 |
| 10) Важнее всего для культурного человека... | Б1 |
| 11) Среди культурных людей бывают... | Б2 |
| 12) Культурный человек никогда... | Б1 |
| 13) Культурный человек всегда... | Б1 |
| 14) Культурный человек обладает... | Б1 |
| 15) Противоположность культурному человеку... | Б3 |
| 16) Я не могу назвать культурным человеком того... | Б1 |

Неоконченные предложения приводятся в той последовательности, в которой они предъявлялись респондентам. Эти 16-ть предложений структурно распадаются на четыре смысловых блока, принадлежность к которым обозначена в колонке справа. Предложения, относящиеся к главному стимулу, заключенному в словосочетании "культурный человек", обозначены **Б1**. Задачи этого блока заключались в том, чтобы собрать непосредственно вызываемые главным стимулом реакции, которые должны были раскрыть структуру изучаемого образа. Предложения, направляющие реакции респондента в особые русла, задача которых – "погрузить" образ в определенные контексты, характеризующие его свойства как целого и показывающие некоторые особенности его функционирования, обозначены **Б2**. В блок **Б3** были отнесены предложения, которые, по нашему мнению, должны определить расположение изучаемого феномена относительно других социальных стереотипов. Блок **Б4**, состоящий лишь из одного предложения, должен был определить эмоциональный заряд, который несет в себе образ. С помощью этого предложения в процессе дальнейшего анализа предполагается проверить гипотезу: существуют ли различия в типах образов культурного человека для групп респондентов с различным уровнем комфортности в среде культурных людей.

Благодаря такому структурированию неоконченных предложений, обозначается логика анализа эмпирического материала. В этих предложениях у респондентов сохраняется возможность самим выбирать критерии и определять смысловую основу ответа, реакции респондентов не ограничиваются заранее заданными вариантами. В целом

можно рассчитывать на то, что эта методика сбора информации позволяет получить реакции респондента, минимально искаженные влиянием исследователя. Испытуемый вынужден говорить своими словами, в результате чего при завершении предложения он использует те категории, которыми он оперирует в повседневной жизни для упорядочивания своего жизненного опыта.

Предполагалось, что, составляя окончания к предложениям, респонденты должны были применять разные **обоснования**. Понятие "обоснование" может иметь две трактовки. В широком смысле обоснование – это нравственные предписания, заданные культурой, стереотипные образцы целей, мотивов и т.д. [6, с. 51; 9]. В узком смысле целесообразно, на наш взгляд, употреблять понятие "обоснования" для обозначения элементарных смысловых частиц, которые получаются при разделении текста (окончания предложений) на отдельные части. На самом первом этапе работы с эмпирическим материалом и выделяются эти **элементарные обоснования**.

Каждый из перечисленных выше блоков выполняет свою функцию. Так, например, в основной блок (Б1), который можно условно назвать "Качества культурного человека", вошли десять предложений: 1, 2, 3, 6, 8, 10, 12, 13, 14, 16. На основе материала, полученного с помощью этого блока, разрабатывалась логика обработки и анализа данных. Кроме того, полученные в этих предложениях обоснования использовались нами для непосредственной реконструкции образа.

Блок Б2 составили три предложения: 7, 9, 11. С помощью предложений, включенных в данный блок, нами

решались вопросы, касающиеся некоторых свойств образа как целого и рассмотрения его в конкретных социальных контекстах. Так, например, с помощью предложения "Культурные люди делятся на..." мы пытались определить: является ли образ в сознании респондента целостным образованием или возможно одновременное существование нескольких его типов. Предложение "Среди культурных людей бывают..." является попыткой "заставить" стереотип работать, поместив его в определенный контекст.

Цель введения предложений, отнесенных к блоку Б3 и условно обозначенных как "Шкала культурности" (предложения 5 и 15) – установить, какие понятия схожи с понятием "культурный человек", синонимичны ему, а какие воспринимаются как противоположные.

Блок Б4, состоящий из предложения 4, позволит определить эмоциональное отношение к образу, более точно установить место стереотипа в психологической структуре личности и прояснить его некоторые функциональные особенности.

Кроме того, многие предложения имеют в предложенном списке пару, вместе с которой они составляют как бы два полюса одной, условно говоря, одномерной шкалы. Так, например, "Ближе всего к понятию "культурный человек" понятие..." и "Противоположность культурному человеку..."; "Культурный человек всегда..." и "Культурный человек никогда..."; "Культурным человеком я называю..." и "Я не могу назвать культурным человеком того...".

Методика сбора и анализа эмпирических данных.

Сбор данных осуществлялся посредством опроса (раздаточная анкета). Предложения были перенесены в вопросник в том порядке, в котором они приведены в тексте статьи, фиксировался пол и место учебы респондента. Сам опрос проходил аудиторно по 2-3 человека. Всего было опрошено 57 человек. Респондентам раздавались анкеты, причем время заполнения не ограничивалось, что позволяло испытуемым в процессе заполнения давать более развернутые ответы. Это при том, что проективные методики исключают "думанье". Для наших целей оно было просто необходимо, ибо наши респонденты в определенной мере выступали в роли экспертов. Какие-либо подсказки со стороны проводящего опрос и общение респондентов не допускались.

На первом этапе анализа мы использовали процедуру разделения текстов окончания предложений на **элементарные обоснования** респондента. Каждое элементарное обоснование каждого респондента заносилось на отдельную **карточку**, где фиксировался номер респондента, пол, номер предложения и число элементарных обоснований в этом предложении.

На втором этапе по каждому смысловому блоку происходило объединение всех схожих по смыслу элементарных обоснований в группы. Чем больше предложений в блоке, тем сложнее проходит это объединение. В этой работе приняли участие и обязательно должны принимать участие сами респонденты. Это самая трудоемкая часть исследования, включающая долгие и громкие дебаты некоторой группы экспертов из числа респондентов. В

результате чего образовывались отдельные элементы, которые выражали ту или иную характеристику образа. Следует заметить, что к этому этапу мы возвращались несколько раз при работе с первым блоком неоконченных предложений, состоящим из десяти предложений. Процесс работы с текстовой информацией тем и привлекателен, что есть возможность коррекции исследовательской позиции и постоянного возвращения к исходным данным.

Приведем примеры образования элементов. Например, обоснования типа:

"От других людей культурного человека отличает...":
"...стиль речи", "...способность внятно высказывать свои мысли"; *"Обычно культурные люди...":* "...умеют объяснить свою точку зрения, не прибегая к крику", "...не кричат на других, не ругаются" явно имеют общую смысловую направленность.

Они отличаются от элементарных обоснований типа:

"От других людей культурного человека отличает...":
"...наличие принципов", "...воля", "...высокий нравственный уровень"; *"Обычно культурные люди...":* "...не колеблются в принятии нравственных решений".

Эти два типа обоснований, имеющих разные смысловые основания ответов, и относились нами к разным элементам, выражающим разные характеристики образа. Первый элемент отмечает манеру общения "культурного человека", он был условно назван "**Стиль речи**", второй – нравственные принципы и внутренний мир "культурного человека", он был условно назван "**Высокий нравственный уровень**".

Часть элементарных обоснований носила в определенной мере иррелевантный характер по отношению к образу. Например: *"Культурный человек обладает..."* "...и ножницами, и скальпелем, и иголкой с ниткой"; *"Противоположность культурному человеку..."* "...станция "Спортивная". Они на этом этапе нашего исследования изымались из общего массива данных и не анализировались. Их общая доля среди всех ответов не превысила 0,5%.

Некоторые элементы имеют общую смысловую направленность, что позволило подвергнуть их обобщению на еще более высоком уровне абстрактности и перейти к понятиям, которые были названы **компонентами**.

Так, например, элементы "Стиль речи" ("способность внятно выражать свои мысли", "быть кратким", "не кричать", "способны принять или понять любое другое мнение", "высказывает свою точку зрения, но не будет заставлять принимать ее других") и "Умение общаться" ("приятны в общении", "умеют общаться с людьми на любом уровне", "естественны в общении") имеют общий акцент на процессе коммуникации, общения, что позволило объединить их в один компонент – "Культура общения".

Всего было выделено 5 таких компонентов, объединивших двенадцать из 22 элементов, что составляет 53,5% от общего числа. Остальные 10 элементов составляют 37%. Разумеется, невозможно привести все элементарные обоснования, входящие в отдельные элементы. В силу этого в таблице 1 приведены только типичные элементарные обоснования, составляющие элементы. При этом в строке таблицы "отказ от ответа" мы фиксировали все варианты отсутствия продолжения какого-либо предложения. Это

был условный "нулевой" элемент. В строке "единичные ответы" зафиксированы ответы, которые встречаются в единственном числе: В таблице 1 представлено объединение элементарных обоснований в элементы и некоторых элементов в компоненты по результатам работы с предложениями блока 1.

Важно отметить, что, для того чтобы отнести элементарное обоснование к какому-либо элементу, необходимо было учитывать общий контекст ответов респондента на весь вопросник, поэтому некоторые элементарные обоснования, приведенные в таблице, могут показаться, на первый взгляд, выбивающимися из общей смысловой направленности элемента.

СХЕМА ОБЪЕДИНЕНИЯ ЭЛЕМЕНТАРНЫХ
ОБОСНОВАНИЙ В ЭЛЕМЕНТЫ, ЭЛЕМЕНТОВ В
КОМПОНЕНТЫ

Таблица 1. (Начало.)

Компо- ненты	Элементы	Типичные элементарные обоснования	Частота встреча- емости элемента в %
Культура общения	Стиль речи	"...стиль речи", "...способность внятно высказывать свои мысли", "...умеют объяснить свою точку зрения, не прибегая к крику", "...не кричат на других, не ругаются"	4.32
	Умение Общаться	"...приятны в общении", "...умение общаться с людьми на любом уровне", "...естественны в общении".	4.13
Итого:			8.45
Отношен- ие к другим	Не замечать недостат- ки	"...старание не замечать мелких недостатков", "...умение помочь задуматься о своих недостатках, не упрекая их напрямую", "...не покажет, что у того отсутствуют должные качества"	0.75
	Внима- тельны к другим	"...быть внимательным к другим", "...быть дипломатичным", "...от- кликнется на помощь другому", "...понимает чужие проблемы"	2.36
	Не обидеть других	"...не обидеть другого человека", "...не унижить другого", "не ущемит прав другого человека", "...не будет подавлять сознание другого"	4.91
Итого:			8.02

Таблица 1. (Продолжение.)

Компоненты	Элементы	Типичные элементарные обоснования	Частота встречаемости элемента в %
Отношение культурного человека к себе	Уважать себя	"...уважать самого себя", "...знают себе цену", "...ведут себя достойно в любой ситуации", "...обладают внутренним чувством достоинства"	3.34
	Оставаться собой	"...должен быть культурным всегда", "...всегда оставаться таким при любых обстоятельствах", "...иметь мужество быть и оставаться культурным"	2.55
Итого:			5.89
Принципы поведения	Манеры поведения	"...наличие хороших манер", "...ведут себя скромно, но уверенно", "...бросаются в глаза своей повышенной скромностью", "...не привлекают к себе внимание специально"	4.52
	Нормы	"...следование нормам поведения", "...соблюдение правил общества", "...соблюдение этикета", "...не нарушают моральных, нравственных норм".	3.54
	Контроль за собой	"...соблюдает баланс сил и эмоций", "...умение владеть собой", "умеет контролировать себя", "...сдержан", "...держит себя в руках".	3.93
Итого:			11.99

Таблица 1. (Продолжение.)

Компоненты	Элементы	Типичные элементарные обоснования	Частота встречаемости элемента в %
Свойства культурного человека	Качества	"...тактичны", "...корректны", "...вежливы", "...терпимы", "...пунктуальны"	11.20
	Образы	"...интеллигентные", "...симпатичные", "...хорошие", "...добрые".	6.88
Итого:			18.08
	образованность	"...образованный", "...обладающий неплохим интеллектуальным уровнем", "...много знает", "...стремиться к знаниям", "...человек, получивший образование (пусть даже ПТУ)".	10.02
	внешние проявления	"...умное выражение лица", "...стиль", "...умение хорошо и со вкусом одеваться", "...улыбаются", "...опрятен", "...не зевает в транспорте".	7.86
	среда общения	их объединяют: "...элитные клубы", "...общие интересы по каким-либо вопросам", "...общество, в котором он может обсудить свои проблемы".	1.77

Таблица 1. (Продолжение.)

Компоненты	Элементы	Типичные элементарные обоснования	Частота встречаемости элемента в %
	высокий нравственный уровень	"...наличие высоких нравственных принципов", "...чувство ответственности", "...чувство долга", "...не колеблется в принятии нравственных решений", "...их выделяют более обостренные, чем у других, общечеловеческие ценности".	7.27
	стремление к саморазвитию	"...стремление к духовному самосовершенствованию", "...непрерывно развиваются", "...требовательны к себе", "...не останавливается на достигнутом, постоянно поднимает достигнутую планку".	3.73
	сфера культуры	"...стараются посещать театры, выставки, кино", "...интересуются всем, что происходит в культурной жизни", "...их объединяет искусство, литература, любовь к красоте".	1.18
	социум	"...нет человека вне культуры", "...не рождается вне культуры", "...имеет культурный опыт".	2.36

Таблица 1. (Окончание.)

Компоненты	Элементы	Типичные элементарные обоснования	Частота встречаемости элемента в %
	маска культурности	"...кто в обществе ведет себя культурно, а дома нет", "...кто имеет представление о культурности, но ведет себя противоположно такому представлению".	0,98
	скромность	"...человек, который никогда не будет выставлять на показ свои достоинства", "...не станет кричать и говорить, что он культурный", "...не станет подчеркивать, что он чем-то лучше других".	0,79
	ценностно-рациональное действие	"...думает о других", "...ведет достойный образ жизни", "...вносит свою лепту в нашу нелегкую жизнь, а не живет в свое удовольствие", "живут не только ради своей семьи, но и ради других".	1,18
	"Я культурный"	"Культурным человеком я называю" "...и себя тоже"	0,41
	"Не должен"	"Культурный человек должен" "...только себе", "...никому ничего не должен"	0,59
Итого:			38,14
Единичные ответы:			5,11
Отказы от ответа:			4,32
Итого:			100

Нужно отметить, что в приведенной таблице два элемента: "Я культурный" и "Не должен" не относились к описанию образа и выполняли отличные от этого функции.

На основе выделенных элементов и компонентов происходила реконструкция образа в целом.

Следующий этап анализа состоял в сравнении образа культурного человека для различных респондентов на основе частоты встречаемости элементарных обоснований и элементов.

Анализ образа культурного человека.

В ходе анализа было выделено три типа образа. Первый из них является наиболее распространенным. Он включает в себя следующие характеристики: "Принципы поведения" (определенные требования, которые говорят о том, что культурный человек должен контролировать себя, соблюдать нормы и правила этикета, обладать определенной манерой поведения), "Высокий нравственный уровень" (описание респондентами нравственных принципов и обращение к внутреннему миру культурного человека), "Свойства культурного человека" (качества, которыми наделяют люди идеальный образ: воспитанный, добрый, тактичный, чуткий), "Культура общения" (это образ мыслей, манера говорить, держать себя во время разговора), "Отношение к другим" (основанный на принципе "относись к другим так, как хочешь, чтобы относились к тебе"), "Отношение к себе" (то, как культурный человек должен относиться к себе: уважать себя, знать себе цену и т.д.); "Внешние проявления" (выделение внешних признаков культурности: "...улыбается", "...при встрече здоровается", "...уступает место пожилым людям в общественном транспорте"; "Образование" и "Саморазвитие" (выделение активного начала,двигающего человека по

пути саморазвития). Эти характеристики составили структуру основного образа "культурного человека".

Два других типа образа связаны с доминированием в ответах респондентов таких элементов, которые в целом не характерны для исследуемой совокупности, вследствие чего люди, использующие эти характеристики выделились в отдельные группы. Это: "Сфера культуры", в котором "культурный человек" понимается как человек, интересующийся культурной стороной жизни общества: "...ходит на выставки и в театры", "интересуется искусством" и т.д.; и "Социум", особенностью которого является представление о "культурном человеке" как человеке, живущем в определенном обществе и принадлежащем определенной культуре. Последний является как бы попыткой переосмыслить устоявшееся понятие и вложить в него новое понимание, возможность чего обеспечивает многозначность термина "культурный".

Выстроенные в итоге типы образа, безусловно, являются идеальными конструктами, которые в чистом виде встретить в сознании людей нельзя. В реальности они представляют собой сильно ограниченные модификации, подтипы, которые отличаются друг от друга различной степенью выраженности того или иного элемента, но, тем не менее, во всех вариантах прослеживается ядро единого образа. Различия же, по всей вероятности, связаны с проявлениями субъективной важности определенных элементов образа для конкретного индивида, возникающих под воздействием актуально складывающихся для личности жизненных обстоятельств.

Как уже отмечалось выше, реконструкция образа проводилась на основе ответов, полученных по тем десяти предложениям, которые вошли в блок "Качества культурного человека". Другие предложения были направлены на

выявление определенных свойств образа "культурного человека" как целого.

Предложение "Культурные люди делятся на..." было направлено на то, чтобы обнаружить возможные критерии какого-либо внутреннего деления среди "культурных людей".

Нужно отметить, что наибольшую сложность при заполнении анкет вызывало именно это предложение. Характер ответов носил иррелевантный характер. Испытуемые с большим трудом находили критерии деления. Часто они отказывались от ответа, говоря, что "человек либо культурен, либо нет, разделить не могу", "люди не делятся", либо просто "я не знаю". Кроме того, довольно часто выбранные критерии носили единичный характер, например: "культура + ум, культура + душа, культура + здоровье" или "культурных в "себе" и культурных "для себя", либо брался самый общий критерий: "на мужчин и женщин". Сумма отказов от ответа и подобные единичные ответы составили более половины от общего числа. В итоге был сделан вывод о том, что образ "культурного человека" в сознании людей носит целостный характер.

Анализ реакций респондентов на предложение "Среди культурных людей бывают..." дал интересные результаты. Наряду с такими ответами как "Среди культурных людей бывают..." "...гении", "...таланты", "...образованные и не очень образованные люди" и т.п., заметную долю (более 30%) получили ответы типа "...некультурные", "...недоумки", "...ужасные люди", "...люди таковыми не являющиеся", "...злые люди (то есть некультурные)" и даже "...сволочи". Эту ситуацию можно объяснить тем, что люди, как правило, выстраивают определенный набор формальных требований и качеств, которыми, по их мнению, должен обладать человек для того, чтобы его можно было назвать культурным, и в итоге сталкиваются с тем, что

человек может соответствовать выдвинутым критериям, но, тем не менее, не являться культурным. Поэтому с помощью таких, на первый взгляд, противоречивых ответов люди пытались предупредить осознаваемую ими возможность расхождения между формально выстроенной структурой и социальными ожиданиями, связанными с понятием "культурный человек".

Цель блока "Шкала культурности", в который вошли предложения "Ближе всего к понятию "культурный человек" понятие..." и "Противоположность культурному человеку...", как отмечалось выше, – установить понятия, схожие с изучаемым образом и противоположные ему. Большинство ответов представляют из себя такие же образы, каким является образ "культурный человек". Так, наиболее близкими к этому понятию респонденты назвали: "интеллигентный человек" – 37%, "воспитанный человек" – 16%, "вежливый" – 11% и "образованный" – 9%. Противоположные понятия – "хам" – 28%, "некультурный человек" – 13%, "невежа" – 8%. Сами по себе эти данные мало информативны. Тем не менее, можно ставить вопрос о построении шкалы "культурный человек" – "некультурный человек" и рассматривать схожие с этими полюсами понятия с помощью психосемантических методов (например, "семантического дифференциала") уже относительно этой шкалы: находятся ли они в ее пределах или располагаются вне ее. Кроме того, представляют интерес те респонденты, которые противопоставляют "культурным людям" определенные социальные группы, среди которых выделяются бомжи и преступники. Можно сделать предположение, что в умах этих людей те или иные социальные группы обладают определенной мерой культурности, поэтому представляло бы большой интерес с помощью тех же психосемантических методик определить такую меру культурности у разных социальных слоев населения.

Одна из задач исследования заключалась в том, чтобы отсеять "плохо работающие" предложения. В связи с этим список предложений, по которым будет проводиться дальнейшее исследование был сокращен. В частности, предложение "Культурные люди делятся на..." подтвердило целостность образа в сознании респондента, поэтому в дальнейшем вряд ли является целесообразным возвращаться к постановке этого вопроса. Данные, полученные по предложению "Среди культурных людей я чувствую..." были мало информативными и на этапе анализа использованы не были, поэтому в следующих исследованиях его применение не предполагается.

Образ культурного человека в контексте национального характера.

Особенность полученных с помощью метода неоконченных предложений данных заключается в возможности многократного возвращения к первичной информации, используя различные основания классификации и возможности приложения к этим данным различных теоретических моделей, выстроенных в ходе других исследований.

Чтобы проиллюстрировать это, мы решили остановиться на одной из концепций национального характера.

К проблеме изучения национального характера обращаются многие исследователи. При этом авторы используют разные подходы (см., например, [3, 11]). В качестве одной из таких моделей мы взяли концепцию национального характера, основанную на исследованиях, проведенных с помощью теста ММРІ (миннесотского многопрофильного личностного опросника) по нескольким национальным выборкам [3].

Процесс формирования комплекса социально – психологических характеристик человека, включающего в себя ценностные ориентации, сложные механизмы мотивации деятельности, социальные установки, образы и эталоны, социально обусловлен и носит на себе отпечаток той культуры, к которой принадлежит индивид. Поэтому можно сказать, что формирование личностных качеств человека во многом определяется культурными особенностями того общества, к которому принадлежит личность. Эти особенности ведут к становлению так называемого национального характера, под которым подразумеваются такие качества личности, которые присущи большинству членов общества.

Был поставлен вопрос: наделяют ли люди образ "культурного человека" национально – типическими чертами характера? Для того чтобы ответить на него, мы сопоставляли элементы выстроенного нами образа с теоретической моделью русского национального характера, пытаясь обнаружить связи между ними.

Одна из черт, которая отмечена в данной модели русского национального характера – **супрессия**. Если кратко определить содержание, которое вкладывается в это понятие авторами концепции, то качества, в которых оно проявляется – терпение и самоконтроль. Терпение во всем, начиная с контроля за собственными эмоциями. Происходит сдерживание импульсов, самоограничение, в том числе и в области положительных эмоций. Самоконтроль входит в привычку и становится частью жизни. Именно поэтому, например, у нас не принято проявлять свои чувства на людях. Это качество является также одним из основных принципов отношения к миру: мир либо приспособливается людьми к себе, либо, сохраняя его, они приспособляются к нему сами. Те, кто обладает русским национальным характером, выбирают путь приспособ-

собления себя к окружающему миру: веселые должны приспособливаться к усталым; здоровые – к больным, сильные – к слабым, а человек должен приспособливаться к миру не потому, что он чувствует себя бессильным перед ним или боится его, а потому что он его уважает [3, с. 107-110].

Эта черта проявилась в образе "культурного человека". Она заложена в элементе "Контроль за собой". Им объединены высказывания типа "умение владеть собой", "уметь контролировать себя", "не показывать своих отрицательных эмоций", "обычно культурные люди эмоционально и морально сдержаны", "я не могу назвать культурным человеком того, кто постоянно смеется без причины" и т.п..

Другая черта, отмеченная в данной концепции национального характера, основана на веберовском понимании социального действия. Это особенности целеполагания. Особенность характера человека, принадлежащего к русской культуре, заключается в том, что для него более предпочтительным, чем для людей, принадлежащих к другим культурам, является ценностно – рациональная линия поведения. Оказавшись в ситуации, где он может определить свои действия несколькими разными способами, он более часто, чем люди, обладающие другим типом национального характера, выбирает ценностно-рациональный способ определения, то есть ориентирует свои действия на ценности, а не на цель, поставленную им самим [3, с. 166-167]. Это выражается, в частности, в том, что когда есть возможность "работы на благо общего дела", человек с готовностью откладывает свои планы и желания, чувствуя, что он может сделать **настоящее** дело, из которого он личной выгоды извлечь не может, что, собственно, в этом деле для него самое привлекательное. Никакое личное дело он не делает с

таким удовольствием и запалом, с каким он осуществляет ценностно-рациональную модель [3, с. 168]. Как отражена эта черта в образе "культурный человек"?

Элемент образа, который отражает ее, был назван "Ценностно-ориентированное действие". Он обобщил в себе высказывания типа "Культурный человек должен..." "...думать о других", "...вносить свою лепту в нашу нелегкую жизнь, а не жить в свое удовольствие"; "Обычно культурные люди..." "...живут не только ради себя, но и ради других"; "Я не могу назвать культурным человеком того..." "...кто живет, как будто он один на острове".

Еще одной чертой русского национального характера является "Умение считаться с тем, что думают люди". Для нас очень важно то, что думают о нашей персоне другие, но не любые другие, а те из них, которые входят в наш круг общения и его референтную группу. Мы обращены внутрь своей социальной группы. В ней человек оказывается очень чувствительным к мнению окружающих. Иными словами, человек сам выбирает себе людей, относительно которых ему глубоко небезразлично, что они думают. К остальному же он проявляет "сильную социальную невозмутимость" [3, с. 255].

Эта черта характера отмечена в элементе образа, названном "Среда общения", собравшем в себе такие реакции респондентов как "Важнее всего для культурного человека..." "...среда общения и репутация", "...считают ли его культурным другие", "...чтобы другие признали его культурным и через это признание он осознает себя" и т.п.

Таким образом, используя часть положений теоретической модели и сопоставив ее с полученным в результате исследования образом, можно сделать вывод о том, что люди наделяют образ "культурного человека" национально-типическими чертами характера, отмеченными в соответствующей концепции.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Анастаси А.* Психологическое тестирование. М.:Педагогика, 1982. Том 1 и 2.
2. *Ионин Л. Г.* Социология культуры. М., 1996
3. *Касьянова К.* О русском национальном характере. М., 1994.
4. *Климова С.Г.* Динамика социальной структуры города: ценностные основания//Социальные исследования. М., 1993.
5. *Климова С.Г.* Возможности применения методики неоконченных предложений для изучения социальной идентификации//Социальная идентификация личности. М.:ИС РАН, 1993.
6. *Климова С.Г.* Опыт использования методики неоконченных предложений в социологическом исследовании//Социология: 4М, 1995. №5-6. С.49-64.
7. *Климова С.Г.* Стратегия успеха в меняющемся мире// Социальная идентификация личности - 2. М.:ИС РАН, 1994. Книга 1. С.50-78.
8. *Поэль Э.* Массовые опросы: введение в демоскопию. М., 1993.
9. *Ольшанский В.Б.* Ожидания социальные//Философский энциклопедический словарь. М.:Советская энциклопедия. 1983. С. 454-455.
10. *Ольшанский В.Б.* Обоснования как категория социальной психологии//Тезисы научных сообщений советских психологов к XXII международному психологическому конгрессу. Часть 2. М.:Наука, 1981.
11. *Сикевич З.В.* Национальное самосознание русских. М.: Механик, 1996.
12. *Силверман Д.* Методология и значение//Новые направления в социологической теории. М., 1978.