

ПСИХОСЕМАНТИКА

МЕТОД СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА



Министерство образования и науки Российской Федерации
ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»
Институт педагогики, психологии и социальных технологий
Кафедра общей психологии

О.В. Кожевникова
С.А. Вьюжанина

ПСИХОСЕМАНТИКА

МЕТОД СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА

Учебно-методическое пособие



Ижевск
2016

УДК 159.9.072(075.8)
ББК 88.3в642я73
К 583

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом УдГУ

Рецензенты:

Звезда Г.П., к. психол. н., доцент кафедры общей и педагогической психологии, Академии психологии и педагогики, ФГАОУ ВПО ЮФУ (Южный федеральный университет).

Шрейбер Т.В., к. психол. н., доцент кафедры общей психологии ИППСТ, ФГБОУ ВПО «УдГУ».

Кожевникова О.В., Вьюжанина С.А.

К583 Психосемантика. Метод семантического дифференциала: учебно-методическое пособие для студентов высших учеб. заведений / О.В. Кожевникова, С.А. Вьюжанина. – Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2016. – 120 с.

Учебно-методическое пособие «Психосемантика. Метод семантического дифференциала», подготовленное в соответствии с государственным образовательным стандартом по направлениям подготовки 37.03.01 и 37.04.01 «Психология», служит практическим приложением к лабораторным и практическим занятиям по курсам «Общий психологический практикум» и «Психолингвистика» в бакалавриате и по курсу «Метод психосемантического дифференциала» в магистратуре. Материалы учебно-методического пособия можно использовать при освоении студентами отдельных тем по курсам «Психологическая диагностика», «Психосемиотика», «Планирование теоретического и эмпирического исследования», «Качественные и количественные методы в психологии». Кроме того, пособие рекомендовано студентам и аспирантам, использующим метод семантического дифференциала для проведения эмпирического исследования в рамках подготовки выпускной квалификационной работы, а также для всех тех, кто интересуется вопросами изучения когнитивной сферы личности.

УДК 159.9.072(075.8)
ББК 88.3в642я73

ISBN 978-5-4312-0392-3

© О.В. Кожевникова, 2016
© С.А. Вьюжанина, 2016
© ФГБОУ ВПО «УдГУ», 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие.....	5
Раздел 1. Метод семантического дифференциала в гуманитарных науках.....	7
1.1. Методы психосемантических исследований.....	7
1.2. Метод семантического дифференциала: обзор зарубежных исследований	18
1.3. Метод семантического дифференциала: обзор отечественных исследований	21
Список рекомендуемой литературы к разделу 1	29
Раздел 2. Эмпирическое исследование с применением метода специализированного семантического дифференциала	31
2.1. Общий алгоритм проведения исследования.....	31
2.2. Определение объектов оценивания.....	35
2.3. Определение шкал оценивания.....	38
2.4. Выбор способа шкалирования	43
2.5. Составление инструкции для респондентов.....	45
2.6. Осуществление сбора данных.....	50
2.7. Перевод данных в электронный формат.....	52
2.8. Статистическая обработка данных.....	56
2.9. Графическое представление данных	63
2.10. Интерпретация результатов исследования	70
Список рекомендуемой литературы к разделу 2	77
Приложения	79



*Чарльз Эджертон Осгуд (англ. Charles Egerton Osgood)
20 ноября 1916 – 15 сентября 1991
американский психолог, автор метода семантического дифференциала*

Окончив Дартмутский колледж, продолжил своё обучение в аспирантуре Йельского университета под руководством Р. Сирса. После защиты диссертации в 1945 году некоторое время работал на военных базах, затем получил место в Университете Коннектикута, откуда в 1949 году перешёл в Иллинойский университет. В 1960 году за выдающиеся научные достижения был удостоен награды Американской психологической ассоциации (АРА).

В 1962-1963 гг. находился на посту президента АРА.

Научные достижения Ч. Осгуда могут быть отмечены в пяти главных сферах: бихевиоризм против когнитивизма, психолингвистика, теория смысла, кросс-культурные исследования и борьба за мир¹.

¹ Источник информации: https://en.wikipedia.org/wiki/Charles_E._Osgood

ПРЕДИСЛОВИЕ

В представленном читателю учебно-методическом пособии, разработанном в соответствии с квалификационными требованиями к подготовке бакалавров и магистрантов по направлениям 37.03.01 и 37.04.01 «Психология», детально рассматривается метод семантического дифференциала, созданного в 1940-1950-х годах известным американским психологом Чарльзом Осгудом, столетие со дня рождения которого приходится на осень 2016 г. Ежегодно в мире проводятся сотни – если не тысячи – исследований с применением данного инструментария. Это гибкая, компактная, удобная техника, позволяющая собирать данные на значительных по объему выборках, обрабатывать их, используя надежные статистические процедуры на базе современного программного обеспечения, и интерпретировать результаты в соответствии с целями и задачами конкретного исследования. В нашей стране рассматриваемый метод начал активно использоваться еще в конце 1970-х - начале 1980-х годов (например, Е.Ю. Артемьевой (1980, 1987), Ю.М. Забродиныным (1987, 1989), В.Ф. Петренко (1983, 1988), В.В. Петуховым (1984), В.И. Похилько (1984, 1987) и др.) на заре становления и развития отечественной психосемантики. Сегодня его популярность также довольно высока, несмотря на сложности, с которыми можно столкнуться на разных этапах применения семантического дифференциала.

В данном пособии представлен конкретный алгоритм проведения исследования с применением указанного метода, используемый авторами уже около 20 лет. За это время переосмысливались и корректировались некоторые из предлагаемых процедур, и сегодня авторы открыты для диалога и конструктивной критики с тем, чтобы оптимизировать реализуемый ими подход². В первом разделе пособия представлен краткий обзор истории и современного состояния использования метода семантического дифференциала в зарубежной и отечественной науке. Во втором разделе приведены пошаговые рекомендации по организации и проведению каждого этапа эмпирического психологического исследования с применением специализированного семантического дифференциала. В Приложении приводятся полнотекстовые версии трех статей, представляющие результаты исследований, осуществленных одним из авторов.

Пособие разработано в целях совершенствования процесса учебной деятельности студентов на практических и лабораторных занятиях по курсам «Общий психологический практикум» и «Психолингвистика» в бакалавриате и по курсу «Метод психосемантического дифференциала» в магистратуре. Материалы учебно-методического пособия можно использовать при освоении студентами отдельных тем по курсам «Психологическая диагностика», «Психосемиотика», «Информационные и коммуникационные

² Отзывы и замечания можно направлять на e-mail: oxana.kozhevnikova@gmail.com

технологии в деятельности психолога», «Планирование теоретического и эмпирического исследования», «Качественные и количественные методы в психологии» в соответствии с ФГОС ВПО, включающим совокупность требований, обязательных при реализации образовательных программ бакалавриата и магистратуры по направлению подготовки «Психология». Кроме того, пособие рекомендовано студентам и аспирантам, использующим метод семантического дифференциала для проведения эмпирического исследования в рамках подготовки выпускной квалификационной работы.

Использование пособия в учебном процессе позволит сформировать следующие общекультурные и профессиональные компетенции бакалавров и магистров:

Бакалавриат	Магистратура
Общекультурные компетенции	
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7).	- способность к абстрактному мышлению, анализу, синтезу (ОК-1).
Профессиональные компетенции	
- способность к отбору и применению психодиагностических методик, адекватных целям, ситуации и контингенту респондентов с последующей математико-статистической обработкой (ПК-2); - способность к участию в проведении психологических исследований на основе применения общепрофессиональных знаний и умений в различных научных и научно-практических областях психологии (ПК-7); - способность к проведению стандартного прикладного исследования в определенной области психологии (ПК-8).	- готовность модифицировать, адаптировать существующие и создавать новые методы и методики научно-исследовательской и практической деятельности в определенной области психологии с использованием информационных технологий (ПК-2); - способность создавать диагностические методики для психологической экспертизы эффективности реализации инновационной деятельности в различных профессиональных сферах (ПК-8).

Предлагаемые в пособии материалы также могут быть использованы в деятельности преподавателей вузов, психологов-исследователей и практиков и всех тех, кто интересуется вопросами изучения когнитивной сферы личности.

РАЗДЕЛ 1. МЕТОД СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА В ГУМАНИТАРНЫХ НАУКАХ

1.1. Методы психосемантических исследований

В современной науке выделяют множество подвидов психосемантических методов или методов анализа значений. К числу получивших наибольшее распространение можно отнести такие из них как: метод анализа изображений или описаний слов, состояний, ситуаций, отношений; метод определения понятия; метод сравнения (различения) стимулов; метод классификации; метод субъективного шкалирования; ассоциативный эксперимент; метод формирования понятий; метод личностных конструкторов Дж. Келли; метод семантического радикала; метод опосредствованного исследования значений; метод микросемантического анализа; метод контекстной и семантической реконструкции и конструирования; метод сравнения и трансляции семантических описаний при обучении; формирующие и обучающие психосемантические эксперименты; лонгитюдные психосемантические эксперименты, и, наконец, метод, являющийся предметом нашего рассмотрения – метод семантического дифференциала. Подробное описание перечисленных и ряда других методов можно найти в работах В.Ф. Петренко (1997-2010) и В.П. Серкина (2004, 2008) [см. Списки рекомендуемых источников].

Ниже представлена краткая характеристика указанных методов.

1) **Метод анализа изображений или описаний слов, ситуаций, состояний, отношений.** Суть метода: испытуемых просят нарисовать то, что обозначается словом, или любым способом изобразить (описать) то, что обозначается словом. Например, испытуемых просят нарисовать ассоциации с базовыми эмоциями (радость, печаль, страх, гнев). Анализ изображений позволяет понять и описать используемые наборы выразительных средств и широкий ассоциативный контекст изображаемого³.

2) **Метод определения понятий.** Суть метода: при использовании данного метода испытуемого просят определить значение слова (предмета). Например: Что такое «счастье»? Что такое «психология»? Что такое «любовь»? Метод определения понятий позволяют выявлять, описывать и исследовать на вербальном уровне используемые испытуемым связи данного значения с другими. Данный метод используют для диагностики уровня развития ребенка, уровня и состава знаний учащихся, уровня обобщения, как

³ Серкин В.П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики. М.: Издательство «ПЧЕЛА», 2008. С. 235-236.

развивающее упражнение, как метод развития понимания, для изучения профессиональных, региональных и других сленгов⁴.

3) **Метод сравнения (различения)**. Суть метода: испытуемого просят описать общее (различное) двух (трех и более) стимулов. Группы общих признаков описываются как признаки сходства, отдельных – как признаки различия. Выделяются общие существенные признаки, общие несущественные, различные признаки. Например: Назовите общие существенные признаки «человека» и «животного». Данный метод используют для диагностики умения выделять признаки, умения выделять существенное, обобщать. Наиболее часто используется для диагностики развития ребенка, как развивающее упражнение, в патопсихологическом эксперименте, для составления учебного материала⁵.

4) **Метод классификации** (методики «четвертый лишний», «свободная классификация», «групповая классификация»). Этот метод, разработанный Миллером в 1969 году. Он основан на допущении, что формы классификации материала соответствуют внутренним семантическим связям этого материала и что структура последних может быть выражена в процедуре классификации. Суть метода: испытуемым предлагается классифицировать материал (обычно слова) произвольное количество групп, при этом в группу может входить произвольное количество (слов). Результаты классификации суммируются в матрице, где мерой семантического сходства пары объектов выступает количество отнесений их испытуемых в один класс. Матрицы сходства подвергаются процедуре кластерного или факторного анализа.

Методика «четвертый лишний». Суть методики: испытуемому даются четыре предмета или изображения. Предлагается объединить в группу три, которые можно определить общим признаком (понятием), и выделить четвертый. Например, предметы: лопата, бревно, топор, зубило. Топор, лопата и зубило являются инструментами, бревно – нет. Используют для изучения процесса образования понятий (использует ли испытуемый существенные, категориальные или наглядные, ситуативные признаки), обучения выделению существенных признаков, диагностики уровня и особенностей обобщения, в качестве развивающего упражнения (развивает умение выделять общее и частное).

Методика «свободная классификация». Суть методики: испытуемому дается большой набор карточек с изображениями предметов или других стимулов. Классификация в данном случае осуществляется в 3 этапа: сначала испытуемым предлагается сгруппировать предметы так, чтобы каждую группу можно было бы назвать одним словом; после выполнения первого задания испытуемого просят назвать каждую группу и объяснить, почему он выбрал такое название; далее испытуемых просят укрупнить выделенные им группы предметов (например, сделать две или три группы вместо восьми), вновь назвать группы и объяснить название. Используют для диагностики

⁴ Серкин В.П. Указ. соч. С. 236-237.

⁵ Серкин В.П. Указ. соч. С. 237-238.

уровня обобщения (наглядно-образный, понятийный, ситуативный, функциональный, контекстный и др.), как развивающее упражнение (обучение обобщению, обучение иерархизации классификаций).

Методика: «групповая классификация». Суть методики: задание на свободную классификацию одинаковых наборов стимулов дается группе испытуемых. По результатам классификации строится квадратная групповая матрица. Используется для групповой классификации небольших групп стимулов. Преимуществом метода является простота инструкции и возможности работы с любым видом стимульного материала. Большие группы стимулов с полной процедурой кластерной обработки используются, как правило, только в исследовательских процедурах из-за сложности обработки, большого количества математических допусков обработки и, соответственно, трудностей интерпретации⁶.

5) **Метод субъективного шкалирования.** Этот метод заимствован из классической психофизики, является простым и прямым методом получения матрицы семантического сходства. Суть метода: испытуемым предлагается оценить сходство стимулов с помощью градуальной (баллы, отметки, уровни) шкалы. Известны исследования, где использовались пятизначные и десятибалльные градуальные шкалы. По результатам оценки строится групповая матрица. Например: группе испытуемых предлагается оценить «крупность» следующих птиц по пятибалльной шкале: воробей, орел, курица, страус, колибри, глухарь, утка, филин. Многомерное шкалирование как процедура математической обработки данных наиболее типична для метода субъективного шкалирования. Но не исключено применение к матрице данных, полученных с помощью субъективного шкалирования, процедур факторного и кластерного анализа. Метод субъективного шкалирования в практической и исследовательской работе используется для группового шкалирования небольших групп стимулов. Методика легко модифицируется для экспертных задач сравнения и классификации⁷.

б) **Метод формирования понятий** (методики: «формирование искусственных понятий», «формирование естественных понятий», «формирование псевдопонятий»).

«Формирование искусственных понятий». Суть метода: испытуемому предлагается сформировать рабочее понятие для работы (выбора) с набором искусственных стимулов. Обычно понятие формируется из набора (совокупности) задуманных экспериментатором наглядных признаков стимульного материала. Наблюдение за работой испытуемого позволяет проследить формы (стадии) сформированных понятий, их последовательность и используемые стратегии образования понятий. Полученный материал позволяет также изучать принципы (обоснования)

⁶ Серкин В.П. Указ. соч. С. 238-241.

Петренко В.Ф. Основы психосемантики. СПб.: Питер, 2005. С. 75-79.

⁷ Серкин В.П. Указ. соч. С. 241-242.

Петренко В.Ф. Указ. соч. С. 59-61.

объединения стимулов в группы (классы, подклассы). К наиболее известным относятся методики Выготского-Сахарова (Выготский, 1982) и Дж. Брунера (1977). Преимуществом методов формирования искусственных понятий является их «освобождение» от влияния предшествующего опыта, недостатками – невозможность изучать реально действующие механизмы образования понятий: признаки (составляющие) уже сформированного понятия не даны изначально в восприятии (внечувственны), как это делается при использовании наборов стимулов для методик формирования искусственных понятий.

«Формирование естественных понятий». Суть метода: сравниваются описания понятий о ранее неизвестном стимуле испытуемыми при первом знакомстве, в процессе освоения способов культурного употребления стимула (предмета) и после освоения способа употребления. Сравнительное описание позволяет выделить системы ориентиров (признаков), по которым структурируются описания, переход от одной системы признаков (оценочных, перцептивных) к другой (функциональных, денотативных). Преимуществом данного метода является возможность исследования естественного процесса формирования понятия в процессе использования предмета (в широком смысле слова) в деятельности, недостатком – широкое влияние контекстов прошлого опыта.

«Формирование псевдопонятий». Суть метода: испытуемого обучают заведомо неправильному употреблению предмета и сравнивают описания, как и в методе формирования естественных понятий. Обычно этот метод употребляется для разных групп испытуемых в паре с методом формирования естественных понятий. Сравнение описаний позволяет выявить зависимость описаний (формирования понятия) от деятельностного контекста, четче разграничивать системы перцептивных и функциональных признаков. Преимуществом метода (в паре с методом формирования естественных понятий) является возможность более тонкого анализа систем признаков и процессов образования понятия, недостатком – наличие в описании испытуемых большого количества эмоционально-оценочных признаков, связанное с неудобством, «неестественностью» употребления предмета⁸.

7) *Ассоциативный эксперимент*. Ассоциация (от латинского *associatio* – соединение) определяется как такая связь между психическими явлениями (переживание, образ, мысль), при которой актуализация одного из них влечет и актуализацию другого. Ассоциативный эксперимент – является одним из первых проективных методов и наиболее разработанной техникой семантического анализа. Анализ психологической природы процессов, лежащих в основе ассоциаций, дан в работах А.А. Леонтьева, Л.Б. Ительсона, А.А. Брудного, Б.А. Ермолаева. Суть метода: в классическом варианте метода свободных ассоциаций от испытуемого требуется в ответ на предъявленное слово (стимул) как можно быстрее проговаривать первые

⁸ Серкин В.П. Указ. соч. С. 252-253.

пришедшие на ум слова (реакции). Любая необычная реакция (пауза, смех, бормотание, жалобы, объяснения ненужности или неуместности реакции, поведенческие и вегетативные проявления и т. п.) свидетельствует о связи данной реакции с аффективным комплексом. Совокупность таких реакций может помочь исследователю (психологу) описать связанный с ними аффективный комплекс.

Для более глубокого исследования используется метод свободных ассоциаций, в котором в качестве стимула для вторичного эксперимента используются ярко выраженные реакции самого испытуемого. Важнейшим преимуществом ассоциативного эксперимента являются простота его проведения, доступность большинству групп испытуемых, свободная направленность. В позднейших модификациях в качестве стимула используются различные знаки и предметы (письма, фотографии, игрушки и т. п.), аудио – и видеозаписи, описания ситуаций. Применяются различные методы межмодальных ассоциаций, в которых на стимул одной модальности испытуемые описывают (подбирают) ассоциации другой модальности. Кроме классического ассоциативного эксперимента выделяют направленный ассоциативный эксперимент, текстовый ассоциативный эксперимент, групповые ассоциативные эксперименты.

Главным преимуществом ассоциативного эксперимента является его простота, удобство применения. Недостатком метода является его чувствительность к фонологическому и синтаксическому сходству. Большая часть ассоциаций обусловлена речевыми штампами, клише. Ассоциативный эксперимент используется в психотерапевтической практике, для изучения представлений групп людей об изучаемом объекте (учебном понятии, депутате и т.д.), для изучения лексикона и лексических связей, для поиска ключевых стимулов и оценочных шкал при создании семантического инструментария, для оценки продукции (духов, рекламы и т.д.), для изучения ценностно-ориентационного единства (ЦОЕ) групп, для активизации учебной деятельности и творческих возможностей, как развивающее упражнение (развитие ассоциативной памяти, творческого мышления), как методический прием при подготовке текстов, объяснений⁹.

8) Метод семантического радикала (А.Л. Лурия, О.С. Виноградова). Суть метода: фиксация и интерпретация неконтролируемых физиологических реакций человека (объективный метод) в ответ на значимые стимулы. Предполагается, что реакция распространяется и на стимулы, семантически связанные со значимыми. Таким образом, фиксация реакции дает информацию о семантических связях стимулов (семантическом поле). В наиболее известной модификации А.Р. Лурия и О.С. Виноградовой (1971) записывались плетизмограммы (наполнение капилляров) пальцев рук. Ряд понятий (скрипка, мандолина) определенного семантического класса (музыкальные инструменты) сопровождался ударом электрического тока

⁹ Серкин В.П. Указ. соч. С. 242-246.
Петренко В.Ф. Указ. соч. С. 61-62.

(отрицательное подкрепление). В дальнейшем предъявление понятий этого класса вызывает у испытуемого оборонительную или ориентировочную реакцию. В современной практике чаще всего используется регистрация кожно-гальванической реакции (КГР), частоты дыхания (ЧД), частоты сердечных сокращений (ЧСС), микродвижений мышц речедвигательного аппарата. Обычно метод семантического радикала используется в совокупности со специально разработанными опросниками, содержащими блоки подготовительных, проверочных и контрольных вопросов для сравнения реакций на вопросы из разных блоков.

Преимуществом методов семантических радикалов являются: неконтролируемость реакций со стороны испытуемых, вызванная неполным осознанием оснований генерализации реакций и неуправляемостью многих физиологических реакций. Недостатками методов семантических радикалов считаются: их малая дифференцирующая сила, большой процент фоновых «помех», трудности интерпретации результатов и сложное аппаратное обеспечение. Пример: Любая модификация «детектора лжи» может реально лишь информировать исследователя о силе связи совокупности физиологических реакций и предлагаемого стимула, но не дает никакой информации о характере этой связи. Любой студент легко «собьет» все показания полиграфа, представив, например, что он жует лимон (Платонов, 1986) или погружается в прорубь и т.п.¹⁰

9) *Метод личностных конструктов Дж. Келли.* В рамках предложенной Дж. Келли (Kelly, 1955) концепции конструктивного альтернативизма поведение личности описывается как исследовательское. Предполагается, что человек выдвигает гипотезы о реальности для того, чтобы контролировать или предвидеть события своей жизни. Из этого предположения следует: 1) что люди более ориентированы на будущее, чем на прошлое или настоящее; 2) люди не просто реагируют на складывающиеся ситуации, окружение, а активно формируют свое представление о них.

Складывающиеся на основе субъективного опыта устойчивые способы, схемы, классификации, которые человек использует, чтобы осознать или объяснить происходящее, Дж. Келли назвал личностными конструктами. Если личностные конструкты не позволяют человеку «успешно» прогнозировать или интерпретировать события, то они могут быть изменены или человек может от них отказаться. Как правило, личностные конструкты биполярны (хорошие – плохие, брюнетки – блондинки, компетентный – некомпетентный и т.д.). Для формирования конструкта в опыте должны быть представлены схожие и различные по полюсам конструкта объекты (например, Иванов и Петров компетентны, а Сидоров – нет). Таким образом, для выявления конструкта необходимо соотнесение не менее чем трех объектов (метод триадического сравнения как модификация метода шкалирования): два схожих (эмергентный полюс) и один отличающийся

¹⁰ Серкин В.П. Указ. соч. С. 295.
Петренко В.Ф. Указ. соч. С. 71-74.

(имплицитный полюс). Конструкты характеризуются диапазонами и фокусами применимости к интерпретации событий и степенью изменяемости.

В классическом варианте теста личностных конструктов (репертуарный тест ролевого конструкта) испытуемому предлагается приписать значимым для него людям (фигурам) какую-либо роль из набора в 20 – 30 социальных ролей (отец, мать, друг, враг, любимый учитель, нелюбимый учитель, принимающий меня, отвергающий меня и т.п.). После этого испытуемому предъявляются тройки фигур с заданием описать то существенное, что объединяет две фигуры и отличает от них третью (например, любимый учитель и принимающий человек приветливы, а брат угрюм). Указанная испытуемым шкала (например, «приветливость – угрюмость») является его собственным конструктом для описания людей. Таким образом, при равномерном распределении ролей по предъявляемым тройкам фигур, «набирается» индивидуальный набор конструктов, используемый испытуемым для описания (интерпретации) других людей. С целью выявления возможной иерархии действия конструктов Келли разработал репертуарную решетку, состоящую из списка значимых фигур (столбцы) и их разрядов (строки). Аналогично классической методике, испытуемого просят выделить из списка три перворазрядных фигуры и описать их. Таким образом, испытуемый заполняет все строки решетки, выстраивая с помощью совокупности выбранных им конструктов конструктивную модель (множественный конструкт).

Преимуществом метода личностных конструктов является свобода выбора оценочных шкал испытуемым. Если сравнивать полученную с помощью методики Келли совокупность шкал (тест личностных конструктов – ТЛК) с личностным семантическим дифференциалом, использования значимых для испытуемого и хорошо дифференцируемых им шкал в тесте личностных конструктов гораздо выше, чем в личностном семантическом дифференциале. Соответственно, и полученное с помощью теста личностных конструктов семантическое пространство описания личности является гораздо более приближенным к модели субъективного опыта конкретного испытуемого, так как используется «собственный язык описания» испытуемого. С другой стороны, для хорошо простроенных личностных семантических дифференциалов возможны бланковые процедуры группового опроса и стандартизированные процедуры сравнения данных, которые затруднены для теста личностных конструктов. Проблемным для валидизации теста личностных конструктов является допущение о возможности для человека адекватно вербализовать используемые им реально конструкты¹¹.

10) **Метод семантического дифференциала (Ч. Осгуд)**. Суть метода: испытуемому предлагается оценить стимул (объект) с помощью предложенного набора шкал. Например, «Оцените, пожалуйста,

¹¹ Петренко В.Ф. Указ. соч. С. 69-71.

предложенный Вам «список объектов» с помощью следующих пар прилагательных. Подчеркните то слово из каждой пары прилагательных, которое, на Ваш взгляд, более характеризует «объект»: легкий – тяжелый, быстрый – медленный, активный – пассивный, сильный – слабый, хороший – плохой и т.д.» Показанный в примере набор шкал является биполярным (испытуемый выбирает один из двух возможных полюсов оценки). Более распространены как варианты семантического дифференциала шкалированные наборы антонимов, при работе с которыми испытуемый оценивает степень выраженности у объекта оценивания того или иного свойства (качества):

«Оцените, пожалуйста, Ваше представление о предложенном Вам «списке объектов» следующим образом. Перед Вами список попарно сгруппированных прилагательных, выражающих качественно противоположные характеристики оцениваемого понятия. Обведите в кружок цифру (из ряда 3210123), которая, по Вашему мнению, наиболее точно определяет степень выраженности данного конкретного качества (характеристики) у «данного объекта», при условии, что 0 – качество не выражено; 1 – слабо выражено; 2 – средне выражено; 3 – сильно выражено:

*легкий 3210123 тяжелый
радостный 3210123 печальный
слабый 3210123 сильный
плохой 3210123 хороший
большой 3210123 маленький
и т.д.»*

Семантический дифференциал является модифицированной процедурой субъективного шкалирования. Процедуры, аналогичные использованию семантического дифференциала, в литературе часто называются процедурами многомерного шкалирования (много оценочных шкал (пространство), много измерений (как степеней свободы), многомерное представление результатов).

Если каждую оценочную шкалу рассматривать как измерение пространства оценки значения, то семантический дифференциал задает многомерное пространство оценивания значения (описания стимула), которое называется семантическим пространством. Оцениваемый стимул получает оценку по каждой из шкал (измерению), что позволяет описывать стимул (объект) как точку или вектор в заданном многомерном семантическом пространстве, различать стимулы и описывать их различия как различия точек или векторов многомерного семантического пространства. Возможность формализованного описания семантических различий стимулов (возможность дифференциации) обусловила название методики – семантический дифференциал.

Преимущества семантического дифференциала – компактность, возможности бланковой работы с большими группами испытуемых, возможности стандартизации результатов и процедур сравнения результатов

работы разных испытуемых и групп испытуемых, снятие речевых штампов заданными экспериментатором шкалами.

Недостатки семантического дифференциала – ограниченность возможного набора оценочных шкал, возможное наличие незначимых для испытуемого оценочных шкал, возможное отсутствие значимых для испытуемого оценочных шкал. Для частичного нивелирования недостатков и оценки стимулов определенной предметной области экспериментаторами часто создаются специализированные семантические дифференциалы. Специализированные семантические дифференциалы (предметно отнесенные) называют денотативными, в отличие от широкопрофильных семантических дифференциалов, называемых коннотативными. Задаваемое стандартным семантическим дифференциалом семантического дифференциала семантическое пространство имеет три интегрирующих фактора: оценка, сила, активность. Это пространство на основе аббревиатуры первых букв факторов в литературе называется пространство ОСА (оценка – сила – активность) или пространство ЕРА (evaluation – potency – activity). Согласно данным Ч. Осгуда и его сотрудников (Osgood, Suci, Tannenbaum, 1957; Osgood, 1976), многократно подтвержденным различными исследователями, интегрирующие факторы являются универсальными (инвариантными) по отношению к языку испытуемых и соответствуют выделенной В. Вундтом трехкомпонентной модели описания эмоций (удовольствие – напряжение – возбуждение).

В качестве первичного представления результатов эксперимента с использованием семантического дифференциала используются двумерные матрицы (одно измерение таблицы – шкалы семантического дифференциала; второе – испытуемые) или трехмерные матрицы (третье измерение – перечень стимулов), в которые заносятся результаты оценивания. Эти матрицы обычно строятся в формате распространенных статистических программ. При заполнении первичных матриц результатов на основе заполненных испытуемыми бланков семантического дифференциала:

1) для биполярных семантического дифференциала выбор испытуемым левого полюса пары антонимов (шкалы) обозначается нулем, правого – единицей; 2) для шкалированного семантического дифференциала – цифры левее нуля записываются со знаком «минус», правее нуля – как положительные. Двумерная матрица результатов используется при оценке одного объекта группой испытуемых (одно измерение – шкалы, второе – испытуемые) или при оценке одним испытуемым набора объектов (одно измерение – шкалы, второе – стимулы). Трехмерная матрица (куб данных) используется при оценке набора стимулов группой испытуемых (третье измерение – стимулы).

Полная обработка результатов эксперимента с использованием семантического дифференциала включает в себя:

- 1) сравнение профилей оценки;
- 2) выделение групповых универсалий оценки;

- 3) качественный анализ универсалий оценки;
- 4) сопоставление и качественный анализ сопоставления универсалий оценки разных стимулов или разных испытуемых (групп испытуемых) с использованием семантического дифференциала;
- 5) выделение факторной структуры оценки;
- 6) качественный анализ факторной структуры;
- 7) сопоставление и качественный анализ сопоставления факторной структуры оценки разных стимулов или разных испытуемых (групп испытуемых);
- 8) выделение кластерной структуры оценки;
- 9) качественный анализ кластерной структуры;
- 10) сопоставление и качественный анализ сопоставления кластерной структуры оценки разных стимулов или разных испытуемых (групп испытуемых);
- 11) качественное сравнение универсалий, факторной и кластерной структуры оценки.

В качестве оценочных шкал не обязательно используются только прилагательные – антонимы. В настоящее время разработаны униполярные семантические дифференциалы (Шмелев, Похилько, Козловская – Тельнова, 1988; Шмелев, 1994 и др.), глагольные семантические дифференциалы (Доценко, 1998 и др.) и семантические дифференциалы на основе других частей речи. На основании предположения о возможной категориальной системе образной информации и ее связи с языковыми категориальными системами (Bentler, La Vaie, 1972; Paivio, 1971; Osgood, Suci, Tannenbaum, 1971 и др.) В.Ф. Петренко (1983, 1997) разрабатывает невербальные семантические дифференциалы (визуальные и др.), однако процедуры обработки и интерпретации данных, получаемых с помощью невербальных семантических дифференциалов, пока не стандартизованы¹².

Личностные семантические дифференциалы являются одной из разновидностей частных семантических пространств (или специализированных семантических дифференциалов – см. далее), построенные на базе прилагательных, обозначающих черты личности и характера, и ориентированные на оценку самого себя или другого человека.

В рамках теории личностных конструктов (Kelly, 1955) была поставлена проблема изучения категориальных структур межличностного восприятия и психодиагностики личности. В отечественной психологии проблема использования методов психосемантики для психодиагностики личности разрабатывается А.Г. Шмелевым и его сотрудниками. А.Г. Шмелев предположил, что структура семантической оценки стимулов с использованием личностных характеристик (шкал) отражает специфику межличностных отношений самого испытуемого (гипотеза проекции). Суть разрабатываемого им субъектного подхода заключается в том, что «на

¹² Серкин В.П. Указ. соч. С. 254-257, 277-279.
Петренко В.Ф. Указ. соч. С. 62-67.

поведение воздействует не сама по себе стимульная ситуация, а ее смысловая категоризация в сознании субъекта»¹³. Для изучения смысловой категоризации восприятия личности специальным набором шкал выстраиваются (реконструируются) личностные семантические пространства, моделирующие семантику личностных черт.

Для решения задачи построения личностного семантического пространства был создан словарь-тезаурус лексики личностных черт в русском языке (Шмелев, Похилько, 1985). Основанием для такой разработки является гипотеза о том, что все значимые личностные параметры обязательно существуют в виде вербальных описаний во всех развитых языках (фундаментальная лингвистическая гипотеза).

Процедура построения личностных семантических дифференциалов аналогична процедуре построения специализированного семантического дифференциала. При наличии объемного словаря работа с экспертами необходима для выбора наиболее часто употребляемых дескрипторов для построения первичного набора шкал. Основанием для предположения о связности (системности, согласованности, категоризованности, возможностей факторного и кластерного моделирования) оценок по различным шкалам служит понятие «имплицитная теория личности»: предполагается, что в структурах обыденного сознания представления о наличии у оцениваемого человека одних качеств (черт) личности связаны с представлением о наличии совокупности других качеств (черт). Использование больших «кубов» (трехмерных матриц) данных с обработкой, включающей вращение координат (Varymax) показывает, что в структуре личностного семантического пространства устойчиво проявляется система факторов, называемая большой пятеркой (Big Five или B5):

- 1) эмоциональная стабильность – нейротизм;
- 2) интроверсия – экстраверсия;
- 3) закрытость – открытость опыту;
- 4) антагонизм – доброжелательность;
- 5) несобранность – сознательность.

А.Г. Шмелев приводит следующий перечень B5:

- 1) Surgency (or Extraction) – энергичность (или экстраверсия);
- 2) Agreeableness – дружелюбие (согласие);
- 3) Conscientiousness – совестливость (сознательность);
- 4) Emotional stability – эмоциональная стабильность;
- 5) Intellect (or Culture) – интеллект (или культура).

Последний фактор интерпретируется иногда как «открытость» новому опыту (openness)¹⁴.

¹³ Шмелев А. Г. Психосемантика и психодиагностика личности: дисс. ... докт. психол. наук. М.: МГУ, 1994. С. 16

¹⁴ Серкин В.П. Указ. соч. С. 291-292.
Петренко В.Ф. Указ. соч. С. 67-69.

1.2. Метод семантического дифференциала: обзор зарубежных исследований

Первая широко известная публикация Ч. Осгуда, посвященная общему описанию метода семантического дифференциала, датируется 1952 годом¹⁵. В статье «Сущность и измерение значения» автор рассматривает теоретические предпосылки и логику разработанной им исследовательской процедуры, а также принципы обработки и интерпретации результатов, полученных с ее помощью. Отмечается, что данный метод, являясь комбинацией ассоциативного эксперимента и процедур шкалирования, предназначен для непрямого (индирективного) изучения значения во множестве его измерений¹⁶. Истоки семантического дифференциала лежат в области исследования феномена синестезии как кроссмодального перекодирования переживаний из одной чувственной формы в другую¹⁷. Сам метод построен на основе шкалирования разного рода понятий и стимулов различной модальности (зрительных, слуховых, тактильных) с помощью шкал-антонимов естественного языка.

Так, в ранних исследованиях Ч. Осгуда испытуемому могли быть последовательно предъявлены понятия «ураган», «хлеб», «мать», имена собственные, например «президент Стивенсон», цветные карточки, например красного или синего цвета, поверхности различной текстуры, например гладкие или шероховатые, звук горна, падающего в воду камешка или скрежет по стеклу и т. п., и его просили оценить по антонимичным шкалам насколько каждый объект соответствует левому или правому полюсу предлагаемой биполярной шкалы. Полученные таким образом матрицы данных суммировались по испытуемым, и уже групповая матрица данных подвергалась процедуре факторного анализа, позволяющего сгруппировать исходные шкалы – дескрипторы в более емкие

¹⁵ В архиве библиотеки Иллинойского университета в списке публикаций автора также упоминаются более ранние работы «Report on Development and Application of the Semantic Differential», датированная 1949 годом, и «Proposal for the Development of a Semantic Differential» 1950 года (An Inventory of the Charles E. Osgood Papers at the University of Illinois Archives <http://archives.library.illinois.edu/ead/ua/1305020/1305020b.html#a1>).

¹⁶ Osgood C.E. The nature and measurement of meaning. *Psychological Bulletin*. 1952. №49. С. 197-237.

¹⁷ Karwoski T., Odbert H., Osgood C.E. Studies in synesthetic thinking: II. The role of form in visual responses to music. *Journal of General Psychology*. 1942. 26. С. 199-222.

Osgood C.E. The cross-cultural generality of visual-verbal synesthetic tendencies. *Behavioral Science*. 1960. №5 (2). С. 146-169.

Петренко В.Ф. Многомерное сознание: Психосемантическая парадигма. М.: Новый хронограф, 2010. С.177: «Отражением синестетических связей являются, в частности, цветомузыка Скрябина, музыкально-художественные сюиты Чюрлениса. По мнению А.Р. Лурии, нейропсихологические механизмы синестезии обусловлены коллатеральными нейрональными связей проекционных зон мозга, и отражение этих связей в языке мы можем найти в таких выражениях, как «бархатный голос», «скука зеленая», «кислая физиономия». Механизмы синестезии осуществляют обобщение и категоризацию, так сказать, на уровне организма. Мозг как бы стремится по восприятию одной модальности реконструировать целостный интермодальный образ мира».

категории – факторы. Используя для оценки объекты самого разного рода и большое количество шкал (антонимов английского языка), Ч. Осгуд выделил три базисных фактора, названных им факторами «Оценки», «Силы» и «Активности». Как отмечает В.Ф.Петренко, по содержанию эти факторы очень близки базисным категориям «трехкомпонентной теории эмоций» Вундта, полагавшего, что все богатство эмоциональной жизни можно описать на языке трех базисных категорий: «Действительно, что общего между понятиями «мать», «стул», «президент «Стивенсон»? Только сходство или несходство эмоционального тона, вызываемого этими объектами (фактор Оценки), силой переживания (фактор Силы) и его длительностью (фактор Активности)»¹⁸.

Анализируя специфику разработанной им процедуры, Ч. Осгуд отмечал, что метод семантического дифференциала объективен, надежен, валиден, чувствителен, практичен и может быть использован при сопоставительном изучении различных культур¹⁹. В 1957 году выходит в свет монография Ч. Осгуда и двух его соавторов «The Measurement of Meaning», в которой обобщается и опыт более чем пятилетнего применения инструментария его создателями²⁰. Универсальность и гибкость метода способствуют неуклонному росту популярности данной техники среди исследователей, осуществляющих свою профессиональную деятельность в различных отраслях науки и практики, и интенсификации научной дискуссии относительно возможностей и ограничений его применения. В итоге, к настоящему моменту невозможно даже примерно подсчитать количество публикаций, в которых использована или просто упоминается методика семантического дифференциала: это и статьи и монографии самого Ч. Осгуда и его соавторов и учеников, многочисленные модификации и адаптации классической процедуры, предлагаемые учеными из разных стран, диссертации и квалификационные работы всех уровней, отчеты маркетинговых исследований, популярные статьи и т.д. и т.п.²¹ Не претендуя на полноту картины, рассмотрим лишь несколько примеров.

В 1950-1970-х годах Ч. Осгуда с соавторами волновали, прежде всего, методологические вопросы применения инструментария: процедура факторного анализа значения²², возможности изучения коннотативного / аффективного значения²³, а также специфика применения метода семантического

¹⁸ Петренко В.Ф. Указ. соч. С. 179.

¹⁹ Osgood C. E. Указ. соч. С. 230-231.

²⁰ Osgood C.E., Suci G.J., Tannenbaum P.H. The measurement of meaning. Urbana, Chicago and London: University of Illinois Press. 1957. 342 с.

²¹ Heise D.R. Some methodological issues in semantic differential research. Psychological Bulletin. 1969. № 72 (6). с. 406: Д. Хайсе указывает, что по данным Ч. Осгуда (Snider J. G. & Osgood C.E. (Eds.) Semantic differential technique: A sourcebook. Chicago: Aldine, 1969) к моменту выхода статьи имеется более тысячи публикаций, посвященных рассмотрению методологических проблем использования техники семантического дифференциала.

²² Osgood C.E., Suci G.J. Factor analysis of meaning. Journal of Experimental Psychology. 1955. №5 (50). С. 325-338.

²³ Osgood C. E., Ware E.E., Morris C. Analysis of the connotative meanings of a variety of human values as expressed by American college students. The Journal of Abnormal and Social Psychology. 1961. № 62(1). С. 62-73.

дифференциала в кросс-культурных исследованиях²⁴. Среди работ других авторов необходимо отметить публикации, посвященные сравнению методов семантического дифференциала и репертуарных решеток Келли²⁵, изучению факторов, влияющих на ответы респондентов²⁶, выделению альтернативных предложенным Ч. Осгудом факторов²⁷, проблеме компьютеризации метода²⁸, а также множество прикладных исследований на разные темы²⁹.

С конца 1970 гг. Ч. Осгуд обращается к изучению других вопросов психологии и психолингвистики, тем не менее, интерес к созданному им методу сохраняется стабильно высоким, и ежегодно появляется значительное число публикаций, связанных с теми или иными аспектами теоретического осмысления и практического применения метода семантического дифференциала. Например, в 1980-х исследователями затрагиваются проблемы стабильности факторной структуры семантического пространства³⁰, сопоставления вербального и

Miron M.S. What is it that is being differentiated by the semantic differential? *Journal of Personality and Social Psychology*. 1969. № 12. С. 189-193.

Adams F. M., Osgood C.E. A cross-cultural study of the affective meanings of color. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 1973. № 4(2). С. 135-156.

²⁴ Yasumasa T., Tadasu O., Osgood C.E. A cross-culture and cross-concept study of the generality of semantic spaces. *Journal of Verbal Learning & Verbal Behavior*. № 2(5-6). 1963. С. 392-405.

Osgood C.E., May W.H., Miron M.S. *Cross-cultural Universals of Affective Meaning*. University of Illinois Press. 1975. 486 с.

²⁵ Mitsos S. B. Personal constructs and the semantic differential. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1961. № 2 (62). С. 433-434.

²⁶ Terwilliger R.F. Free association patterns as a factor relating to semantic differential responses. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1962. № 2 (65). С. 87-94.

²⁷ Komorita S.S., Bass A.R. Attitude differentiation and evaluative scales of the semantic differential. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1967. № 6. С. 241-244.

Mayerberg C.K., Bean A.G. Two Types of Factors in the Analysis of Semantic Differential Attitude Data. *Applied psychological measurement*. 1978. №4. С. 469-480.

²⁸ Kane R.B. Computer Generation of Semantic Differential (SD) Question. *Educational and Psychological Measurement*. 1969. №29. С. 191-192.

Lawson E.D., Golden G.H. Computer Programs for the Semantic Differential. *Educational and Psychological Measurement*. 1972. №32. С. 779-784.

²⁹ Например: Helper M.M., Garfield S.L. Use of the semantic differential to study acculturation in American Indian adolescents. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1965. № 6. С. 17-822.

Holbert W.M., Cormier W.H., Friedman M. I. The Semantic Differential in Sensitivity Training: An Exploratory Study. *Small Group Research*. 1971. №2. С. 36-42.

La Belle T. J. Differential Perceptions of Elementary School Children Representing Distinct Socio-Cultural Backgrounds. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 1971. № 2. С. 145-156.

Leduc L. Semantic Differential Measures of British Party Images. *British Journal of Political Science*. 1976. №1. С. 115-123.

³⁰ Piotrowski C. Factor Structure on the Semantic Differential as a Function of Method of Analysis. *Educational and Psychological Measurement*. 1983. №43. С. 283-288.

Piotrowski C., Dunham F.Y. Stability of Factor Structure on the Semantic Differential: Retest Data. *Educational and Psychological Measurement*. 1984. №44. С. 449-454.

невербального семантических дифференциалов³¹, применения дифференциальной шкалы в социометрии³², изучению особенностей восприятия различных объектов и понятий от методов контрацепции до домашних животных³³. В 1990-х продолжается как активное изучение теоретико-методологических аспектов применения метода³⁴, так и использование его для целей эмпирического изучения конструкторов сознания³⁵. В новом тысячелетии к числу зарубежных публикаций добавляется значительное количество исследований российских ученых.

1.3. Метод семантического дифференциала: обзор отечественных исследований

В настоящее время в нашей стране метод семантического дифференциала широко используется в различных отраслях гуманитарной науки: в психологии, социологии, теории массовых коммуникаций и рекламе, политологии и т.д. Так, в социологии метод семантического дифференциала активно применяется для формирования адекватного словаря различных информационных материалов: рекламных обращений, политических заявлений, агитационных материалов и т.п. Например, чтобы выяснить эмоционально-смысловое отношение и реакцию респондента на понятие «демократия», которое часто используется в средствах массовой информации, газетных публикациях и т.п. Т.С. Баранова обращает 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,

Sherry D.L., Piotrowski C. Consistency of Factor Structure on the Semantic Differential: An Analysis of Three Adult Samples. *Educational and Psychological Measurement*. 1986. №46. С. 263-268.

³¹ Tzeng O.C. S. The Comparability of Verbal and Nonverbal Semantic Differential Scales in a Joint Semantic Space. *Journal of Psycholinguistic Research*. 1986. №15. С. 117-125.

³² Powell E.R. Sociometric Semantic Differential Assessment. *Small Group Research*. 1982. №13. С. 43-52.

³³ Kee P., Darroch R.K. Perception of methods of contraception: a semantic differential study. *Journal of Biosocial Sciences*. 1981. №13. С. 209-218.

Poresky R.H., Hendrix C., Mosier J. E., Samuelson M.L. The Companion Animal Semantic Differential: Long and Short Form Reliability and Validity. *Educational and Psychological Measurement*. 1988. №48. С. 255-260.

³⁴ Coglisier C.C., Schriesheim C.A. Development and Application of a New Approach to Testing the bipolarity of Semantic Differential Items. *Educational and Psychological Measurement*. 1994. №54. С. 594-605.

³⁵ Bradley M.M., Lang P.J. Measuring emotion: the self-assessment manikin and the semantic differential. *Journal of Behavior Therapy and Experimental Psychiatry*. 1994. №1. С. 49-59.

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 психосемантика может дать конкретный метод исследования. Построение субъективных семантических пространств, 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 обществе³⁶. Все вышеперечисленное и обуславливает широкое применение метода семантического дифференциала в социологии.

В психологии метод семантического дифференциала используется в разных ее областях: психологии личности, этнической психологии, конфликтологии, педагогической психологии и других. В.П. Серкин приводит лишь небольшой список возможных сфер применения данной процедуры:

- исследование и моделирование значений и систем значений;
- описание результатов обучения и профессионализации как «сдвига» профилей и других результатов оценивания (например, оценивание и сравнение оценок понятия, инструмента, ситуации «до» и «после» обучения);
- описание психологического состояния человека (например, оценивание и сравнение оценок значимых событий, ситуаций, людей и т.п.);
- психодиагностика личности (оценивание и сравнение оценок себя, других);
- семейное консультирование и принятие решений (например, оценивание и сравнение оценок мужа, жены, брата; оценка и сравнение стимулов «я, совершивший поступок» и «я, не совершивший поступок» и т.п.);
- референтометрия и изучение феноменов групповой сплоченности и раскогласования;
- проектирование, имиджмейкерство (например, оценка кандидатов и сравнение оценок);
- оценка результатов (продуктов) деятельности;
- экспертные процедуры;

³⁶ Баранова Т.С. Психосемантические методы в социологии. Социология: 4М. 1994. № 3-4. С. 55-64.

- обучающие процедуры, основанные на различиях в семантических описаниях³⁷.

Необходимо отметить, что наряду с применением классического универсального семантического дифференциала Ч. Осгуда, исследователями все чаще используются частные (специализированные) семантические дифференциалы (термин, используемый В.Ф. Петренко и А.Г. Шмелевым), так как они позволяют строить более дифференцированные семантические пространства и проводить более тонкий семантический анализ.

Темы исследований с применением метода семантического дифференциала очень разнообразны: восприятие рекламы и телепередач, восприятие времени, восприятие смерти, гендерные и этнические стереотипы, личностные смыслы, образ врага, образ России, ценности, одиночество, социальная и этническая идентичность, мотивация, Я-концепция, смыслообразование, психосоматические заболевания и многие другие. Рассмотрим более подробно некоторые из них.

Метод семантического дифференциала является одним из распространенных экспериментальных методов оценки восприятия рекламной продукции, в связи с тем, что с помощью этого метода можно получить глубинную информацию об оценках потребителей рекламы и ее влиянии на человека. Так, например, М.А. Королевой проведены исследования, направленные на изучение влияния телевизионной рекламы на детей младшего школьного возраста с помощью метода семантического дифференциала³⁸ и психосемантический анализ влияния телевизионной рекламы на эмоциональное состояние детей школьного возраста³⁹. В данных исследованиях выявлено, каким образом реклама влияет на эмоциональную сферу детей младшего школьного возраста. Когда реклама воспринимается младшим школьником как жизненная и близкая его пониманию, то она оказывает воздействие на его эмоциональное состояние. А также было обнаружено, что реклама, пропагандирующая ценность семьи, оказывает наибольшее влияние на детей младшего школьного возраста.

А.А. Воейкова изучала методом семантического дифференциала ценностные аспекты русских и американских рекламных текстов и их анализ. Изучение аксиологического аспекта рекламных текстов представляет собой относительно новую и малоизученную область исследований, носящую междисциплинарный характер, поскольку связывает психологию рекламы, социологию (изучение ценностной системы общества) и психолингвистику (которая при помощи своей методики семантического дифференциала

³⁷ Серкин В.П. Указ. соч. С. 272.

³⁸ Королева М.А. Исследование влияния телевизионной рекламы на детей младшего школьного возраста с помощью метода семантического дифференциала. Вестник АГПА. 2009. № 1. С. 32-35.

³⁹ Королева М.А. Психосемантический анализ влияния телевизионной рекламы на эмоциональное состояние детей школьного возраста Вестник АГПА. 2010. № 3. С. 20-23.

позволяет оценить значимость изучаемых ценностных стереотипов для представителей определенной культуры⁴⁰.

О.В. Чурсинова изучала психологические особенности восприятия телепередач подростками с разными уровнями агрессивности. В ходе исследования были выявлены значимые различия в восприятии телевизионных передач в зависимости от уровня агрессивности. Так, агрессивные респонденты оценивают передачи с точки зрения их непроблемности, развлекательности, легкости восприятия, динамичности, эмоциональной насыщенности и напряженности, в то время как неагрессивные обращают внимание на научность, познавательность, проблемность и правдивость⁴¹.

Несколько исследований посвящено особенностям восприятия времени. Так, В.Н. Бородина в своей статье рассматривает особенности восприятия субъективного времени военнослужащими по призыву. Анализирует содержание факторов семантического дифференциала времени, особенности восприятия трех моментов времени, какая из временных категорий (настоящее, прошлое и будущее) является наиболее актуализированной у военнослужащих каждого периода службы. Автором показаны различия восприятия времени у военнослужащих по периодам службы. Представлена степень расхождения психологического и хронологического возраста военнослужащего в аспекте целостной жизненной перспективы⁴². И.В. Грошев исследовал субъективное восприятие времени как показатель психологического возраста, влияющий на психическое здоровье мужчин и женщин. В работе рассмотрена проблема взаимосвязи субъективного восприятия времени, психического возраста и психического здоровья через призму половозрастных и гендерных различий. Показаны значимые половые и гендерные различия в отношении временных модусов прошлого, настоящего и будущего. У женщин психологический возраст постоянно «запаздывает» по отношению к «паспортному», а у мужчин – «обгоняет»⁴³. С.В. Васильев, С.Е. Шустрова, Г.П. Татульян провели исследование, направленное на изучение особенностей субъективного восприятия времени (прошедшего, настоящего и будущего) лицами пожилого

⁴⁰ Воейкова А.А. Ценностные аспекты русских и американских рекламных текстов и их анализ методом семантического дифференциала Вестник ЧГУ. 2009. № 35. С. 27-30.

⁴¹ Чурсинова О.В. Психологические особенности восприятия телепередач подростками с разными уровнями агрессивности. Научные проблемы гуманитарных исследований: Научно-теоретический журнал. Пятигорск, 2009. С. 122-128.

⁴² Бородина В.Н. Особенности восприятия субъективного времени военнослужащими по призыву. Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2008. № 63-2. С. 37-45.

⁴³ Грошев И.В. Субъективное восприятие времени как показатель психологического возраста, влияющий на психическое здоровье мужчин и женщин. Мир психологии: Научно-методический журнал. 2010. №1. С. 173-189.

и старческого возраста⁴⁴. М.С. Яницкий, А.В. Серый, О.А. Проконич используют семантический дифференциал для изучения особенностей временной перспективы личности представителей различных ценностных типов массового сознания⁴⁵.

Одной из частых областей исследований психологии личности с использованием семантического дифференциала является изучение «Я-концепции». Так, например, в статье М.Н. Григорьевой «Особенности образа я учителя как одного из компонентов «Я-концепции» представлены результаты эмпирического исследования особенностей образа «Я», а именно особенностей «Я-действующего», «Я-отраженного» и «Я-творческого», рассматривается их согласованность, внутреннее соотношение между составляющими. Выявлено, что «Образ Я» учителя представлен не только компонентным составом, но и внутренним соотношением между его составляющими. Анализ соотношений в «образе Я» учителей выявил его внутренне противоречивый характер. Установлены существенные различия между «Я-действующим» и «Я-отраженным», указывающие, что педагоги склонны считать, что чаще выглядят в глазах учениках как «хорошие и простые». При этом в «Я-отраженном» произошло некоторое «усиление» определенных качеств (более приятное, тяжелое, сильное, гладкое, сухое, умное, при этом менее острое и быстрое, чем «Я-действующее»). Сопоставление «Я-отраженного» и «Я-творческого» выявило различия по шкале «дорогой-дешевый», что свидетельствует о том, что часть учителей не соединяют самореализацию с контекстом своей профессиональной деятельности. При сравнении «Я-действующего» и «Я-творческого» получены статистически значимые различия по шкале «активный – пассивный», свидетельствующие о неоднозначности восприятия необходимости своего дальнейшего профессионального развития⁴⁶.

В своей работе Л.Г. Дмитриева исследовала гендерные стереотипы успешной работы на (примере сотрудников промышленного предприятия. В процессе исследования выяснилось, что существуют гендерные особенности стереотипов успешной трудовой деятельности и удовлетворенности трудом инженерно-технических работников промышленных предприятий. «Семантический дифференциал» был создан на основе письменного опроса,

⁴⁴ Васильев С.В. Исследование особенности субъективного восприятия времени (прошедшего, настоящего и будущего) лицами пожилого и старческого возраста. Ученые записки Санкт-Петербургского института психологии и социальной работы. 2008. Выпуск 2, Том 10. С. 22-26.

⁴⁵ Яницкий М.С. Особенности временной перспективы личности представителей различных ценностных типов массового сознания // Вестник КРАУНЦ, Серия: «Гуманитарные науки». 2012. № 2 (20). С. 175-180.

⁴⁶ Григорьева М.Н. Особенности образа я учителя как одного из компонентов Я-концепции Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. № 01 (48). С. 49-354.

в котором фиксировались высказывания о том, что такое успешная трудовая деятельность. Испытуемым предлагалось выделить не менее семи характеристик. С помощью контент-анализа были созданы «семантические гнезда», на основе которых и разработан семантический дифференциал⁴⁷.

В исследовании О.В. Новожиловой выявлены особенности психологических защит, связанных со страхом смерти, их частные случаи и особенности. Люди стремятся избежать смерти и поэтому проецируют себя в будущее, исключая смерть из будущего. По мнению автора, фактор активности понятий «Я» и «будущее» играет значимую роль: собственная активность противопоставляется смерти и словно защищает от нее. Это подтверждается также созданием планов, часто нереальных и иллюзорных. Смерть больше связана с судьбой и опасностью, т. е. с внешними относительно человека событиями, находящимися «вне его» и его жизни. Даже при наличии таких заболеваний, как ВИЧ, гепатиты В и С, а также угроз, связанных с передозировкой наркотиков, так как среди ВИЧ инфицированных – наркоманы в стадии ремиссии, смерть практически не воспринимается как событие, которое может произойти в относительно близком будущем. Клиенты строят жизненные планы, причем нередко нереальные и иллюзорные (не только по причине заболевания, но и по причинам, связанным с образом жизни, употреблением наркотиков). Но страх смерти все равно переживается людьми, особенно теми, кто сталкивается с его реальной угрозой. Волнение выражается в мыслях, повышенном интересе к проблеме, с одновременным желанием избегать этой тематики и «зашифровать» ее подвидом других переживаний, например, связанных с заботой о близких⁴⁸.

В исследовании М.Е. Шариповой «Особенности субъективной картины жизненного пути у людей с разным уровнем этнокультурной идентичности» показано, что этнокультурные особенности субъективной картины жизненного пути проявляются в различии ее структурных и уровневых характеристик не только у представителей разных национальностей, но и у людей с различными уровнями этнокультурной идентичности. Было обнаружено, что различия наблюдаются в таких характеристиках, как временная направленность, субъективная реализованность, удовлетворенность жизнью, целенаправленность, открытость новому опыту. Независимо от национальности эти характеристики более выражены у людей с высоким уровнем этнокультурной идентичности. Уровень этнокультурной идентичности детерминирует также структуру субъективной картины жизненного пути: с повышением уровня она становится более

⁴⁷ Дмитриева Л.Г. Гендерные стереотипы успешной работы на (примере сотрудников промышленного предприятия). Образование и наука. 2006. № 6 (42). С.101-108.

⁴⁸ Новожилова О.В. Восприятие смерти и жизненные планы людей, переживающих витальную угрозу. Вестник Санкт-Петербургского университета. 2010. Вып. 1. С.101-107.

дифференцированной⁴⁹.

В статье М.Ю. Семенова «Психосемантическое исследование понятия «деньги»: гендерный и возрастной аспекты» приводятся результаты психосемантических исследований понятия «деньги» методом семантического дифференциала Ч. Осгуда. Выявлено влияние пола и возраста на положение денег в семантическом пространстве. Полученные результаты говорят о том, что отношение к деньгам – явление динамичное, формирующееся в процессе развития человека и определяющееся психосоциальными факторами⁵⁰.

С.Е. Шляпников в статье «Жизненные практики в условиях урбанистической среды: пространственно-временной аспект» на конкретном примере проанализировал специфику жизненных практик жителей современного города с точки зрения темпорального подхода. Выявлены и описаны специфические для жителей города жизненные практики организации времени, обуславливающие специфику социальной активности горожан. Отражены перспективы применения темпорального подхода в рамках социального проектирования⁵¹.

В статье Л.О. Бутаковой «Значение слова как достояние индивида (на примере этнически значимых лексем правда / ложь)» рассматривается слово и его значение как достояние сознания носителя языка. В русле концепции слова как «живого знания» производится описание семантика слов, важных в этическом отношении, но обладающих абстрактными значениями, – правда / ложь. Их ассоциативное, психологическое и эмотивно-чувственные значения моделируются на основе проведенных автором экспериментов⁵².

В статье Л.В. Никоненко «Психосемантический подход к исследованию доверия» анализируются возможности использования метода семантического дифференциала в исследовании доверия к преподавателям вуза и восприятия студентами учебных дисциплин⁵³.

О.А. Востриковой проведено исследование и на основе полученных результатов разработан семантический дифференциал для дальнейшего

⁴⁹ Шарипова М.Е. Особенности субъективной картины жизненного пути у людей с разным уровнем этнокультурной идентичности. Современные проблемы науки и образования. 2012. № 6. URL: <http://www.science-education.ru/106-8079>.

⁵⁰ Семенов М.Ю. Психосемантическое исследование понятия «деньги»: гендерный и возрастной аспекты. Омский научный вестник. 2009. № 78-3. С. 124-127.

⁵¹ Шляпников С. Е. Жизненные практики в условиях урбанистической среды: пространственно-временной аспект. Вестник ТГУ. 2009. № 320. С.69-71.

⁵² Бутакова Л.О. Значение слова как достояние индивида (на примере этнически значимых лексем правда / ложь). Вестник Кемеровского государственного университета. 2012. №3 (55).С. 198-205.

⁵³ Никоненко Л.В. Психосемантический подход к исследованию доверия. Акмеология. 2011. № 2. С. 70-78.

исследования психологической структуры готовности выпускников вуза к профессиональному самоутверждению⁵⁴.

В статье В.П. Синякина «Формы существования общечеловеческих ценностей в русской культуре» рассматриваются проблемы изучения языкового сознания через анализ форм существования общечеловеческих ценностей в российском социуме на базе проведенного ассоциативного эксперимента⁵⁵.

В целом, следует отметить, что использование специализированных семантических дифференциалов в настоящее время приобретает все большую распространенность. Применение данного метода предоставляет исследователям практически безграничные возможности в изучении широкого круга теоретических и решения многих прикладных психологических задач в разных сферах.

Таким образом, метод семантического дифференциала, несмотря на относительно недолгое время, прошедшее с момента своего появления, на сегодняшний день заслуженно занимает важное место в системе научно-исследовательского инструментария современной психологии и смежных отраслей гуманитарного знания. Это компактный бланковый метод, позволяющий получать данные на значительных выборках с возможностью стандартизации и сравнения результатов работы разных испытуемых и групп испытуемых. Помимо классического широкопрофильного (коннотативного) семантического дифференциала исследователям доступно практически неограниченное количество вариаций и модификаций данной техники – так называемые специализированные (частные / денотативные) семантические дифференциалы, создаваемые для оценки стимулов определенной предметной области специфическими группами испытуемых.

Второй раздел данного учебно-методического пособия посвящен вопросам составления, обработки данных и интерпретации результатов исследования с применением специализированного семантического дифференциала.

⁵⁴ Вострикова О.А. Метод семантического дифференциала в исследовании готовности выпускников Вуза к профессиональному самоутверждению. Человек и образование. 2012. № 3 (32). С. 125-129.

⁵⁵ Синякин В.П. Формы существования общечеловеческих ценностей в русской культуре. Вестник ЧГУ. 2009. № 10. С. 273-288.

Список рекомендуемой литературы к разделу 1

1. Артемьева Е.Ю. Основы психологии субъективной семантики / под ред. И.Б. Ханиной. – М.: Наука; Смысл, 1999. – 350 с.
2. Баксанский О.Е., Кучер Е.Н. Когнитивный образ мира: Научная монография. – М.: Канон+, РООИ «Реабилитация», 2010. – 224 с.
3. Вассерман Л.И., Трифонова Е.А., Червинская К.Р. Семантический дифференциал времени: экспертная психодиагностическая система медицинской психологии. – СПб.: Санкт-Петербургский научно-исследовательский психоневрологический институт им. В.М. Бехтерева, 2009. – 44 с.
4. Келли Дж. Психология личности. Теория личностных конструктов. – СПб.: Речь, 2000. – 249 с.
5. Леонтьев А.А. Основы психолингвистики. – М.: Смысл; СПб.: Лань, 2003. – 288 с.
6. Леонтьев Д.А. Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. – М.: Смысл, 2003. – 488 с.
7. Осгуд Ч. Метод семантического дифференциала в сравнительном исследовании культур (часть 1) / Ч. Осгуд (Перевод с англ. М.Б. Вильковский) // Социология: методология, методы, математические модели. – 2012. – №34. – С. 172-201.
8. Петренко В.Ф. Введение в экспериментальную психосемантику. Исследование форм репрезентации в обыденном сознании. – М.: Изд-во МГУ, 1983. – 175 с.
9. Петренко В.Ф. Многомерное сознание: Психосемантическая парадигма. – М.: Новый хронограф, 2010. – 440 с.
10. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. – СПб.: Питер, 2005. – 480 с.
11. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. – М.: Изд-во МГУ, 1988. – 208 с.
12. Петренко В.Ф., Митина О.В., Бердников К.В., Кравцова А.Р., Осипова В.С. Психосемантический анализ этнических стереотипов: лики толерантности и нетерпимости. – М.: Смысл, 2000. – 73 с.
13. Похилько В.И. Психодиагностика индивидуального сознания // Общая психодиагностика / под ред. А. А. Бодалева, В.В. Столина. – СПб.: Изд-во «Речь», 2000. – 440 с.
14. Похилько В.И., Федотова Е.О. Техники репертуарных решеток в экспериментальной психологии личности: обзор зарубежных исследований // Вопросы психологии. – 1984. – № 3. – С. 151-158.
15. Прохоров А.О. Семантические пространства психических состояний. – М.: Феникс+, 2009. – 280 с.
16. Родионова Н.В. Семантический дифференциал (обзор литературы) // Социология: 4 М. – 1996. – № 7. – С.175-200.
17. Симмат В.Е. Семантический дифференциал как инструмент искусствоведческого анализа // Искусствоведение: Методы точных наук и

семиотики / Сост. и ред. Ю. М. Лотмана, В. М. Петрова. – М.: Издательство ЛКИ, 2007. – С. 298-325.

18. Терёхина А.Ю. Анализ данных методами многомерного шкалирования. – М.: Наука, 1986 – 168 с.

19. Франселла Ф., Баннистер Д. Новый метод исследования личности: руководство по репертуарным личностным методикам. – М.: Прогресс, 1987. – 236 с.

20. Шмелев А.Г. Введение в экспериментальную психосемантику: теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности. – М.: Изд-во МГУ, 1983. – 158 с.

РАЗДЕЛ 2. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ МЕТОДА СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОГО СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА

2.1. Общий алгоритм проведения исследования

В процессе осуществления исследования с применением метода семантического дифференциала выделяется несколько этапов, а именно:

- 1) формулирование целей и задач на основе темы исследования;
- 2) разработка матрицы (бланка) семантического дифференциала;
- 3) статистическая обработка полученных в ходе исследования данных;
- 4) интерпретация полученных результатов.

Рассмотрим перечисленные этапы более детально.

Формулирование целей

Метод семантического дифференциала используется для изучения конструктов сознания. Индивидуальное сознание может отражать понимание другого человека, личностные смыслы, социальные установки, отношение субъекта к миру вещей, к социальному окружению, к профессиональной и любой другой деятельности, к самому себе и т.п. В формулировке цели будет присутствовать термин, который задает исходную позицию исследования, связанную с сознанием. То есть, изучаются либо представления о чем-то, либо образ чего-то, либо картина мира (определенная ее часть), либо «отражение в сознании субъекта» какой-то совокупности объектов, либо их ментальная репрезентация (в терминологии когнитивной психологии) и т.д. В соответствии с этим, цель исследования может быть сформулирована следующим образом: ***изучение***

- представлений людей данной выборки об объекте (о группе объектов);
- особенностей восприятия людьми данной группы какого-либо объекта (группы объектов, людей);
- профессиональной компетентности представителей конкретной профессии или предприятия;
- профессионального сознания представителей конкретной профессии или предприятия;
- профессиональных стереотипов представителей конкретной профессии или предприятия;
- отношения определенной группы испытуемых к интересующему объекту (например, отношение рядовых членов партии к декларируемым этой партией лозунгам);
- категориальных структур общественного (обыденного, этнического и т.д.) сознания и самосознания;

- политических (культурных, профессиональных) установок определенной группы людей;
- имиджа человека, страны, коллектива, правительства и т.д.;
- образа кого-либо или чего-либо;
- особенностей репрезентации каких-либо объектов (людей) в сознании человека (группы людей);
- особенностей индивидуального сознания, связанных с определенной проблемой (например, особенности мотивации, опосредующие восприятие реальности).

Разработка бланка (матрицы) семантического дифференциала

Разработка матрицы семантического дифференциала заключается в выделении шкал и объектов оценивания, которые будут использоваться в исследовании. Выявление совокупности понятий, которые характеризуют для испытуемого (или группы испытуемых) какую-либо область человеческой картины мира, включая его самого, как в целом, так и в любом ее аспекте. Для этого используются различные методы анализа значения⁵⁶.

Составлению матрицы (бланка) семантического дифференциала предшествует изучение теоретического и эмпирического материала по данной теме. В отличие от других методик, частный семантический дифференциал не имеет собственного содержания и стандартизированных стимулов (например, как вопросы в тестах), это содержание формируется самим исследователем на основе имеющейся в науке информации и с учетом индивидуальных и групповых особенностей испытуемых.

В разработке матрицы семантического дифференциала можно выделить следующие этапы:

1) Выделение объектов оценивания. При оценивании сложных понятий (объектов оценивания) необходимо ответить на вопрос: «Что на самом деле оценивают испытуемые?» Ответ на данный вопрос необходим при оценивании рекламы, кинофильма, телепередачи, другого человека, понятий «образ жизни», «Я – идеальное», «лучший друг», картин, городов и т.д. и т.п.. При соблюдении алгоритма разработки частного (специализированного) семантического дифференциала ответить на такой вопрос могут помочь результаты экспертного опроса (определение понятия, список синонимичных понятий и т.д.).

2) Выделение оценочных шкал. В.П. Серкин рассматривает первый набор дескрипторов (шкал) и второй набор. Выделение первого набора шкал исследования (дескрипторов, т.е. лексических единиц (слов, словосочетаний), служащих для описания основного смыслового содержания объектов исследования, на основе цели исследования). При этом используются методы анализа значений, такие как методы определения понятия (экспертам предлагается определить понятие) и (или) свободный ассоциативный эксперимент (экспертам предлагается продуцировать любые ассоциации, связанные с понятием). В первичном наборе шкал

⁵⁶ Петренко В.Ф. Основы психосемантики. Смоленск: Изд-во СГУ, 1997. С. 72.

(дескрипторов) могут оказаться любые части речи (прилагательные, глаголы, существительные, наречия). Выделение второго набора шкал исследования (дескрипторов) на основе анализа литературы, словарных статей и опросников⁵⁷. При разработке матрицы семантического дифференциала важно использовать и первый, и второй набор шкал.

3) Создание первичного варианта матрицы семантического дифференциала. Выделенные большие списки шкал исследования (дескрипторов) обрабатываются группой экспертов (классифицируются, указываются синонимы и т.п.), дополняются или не дополняются антонимами и объединяются в первичный вариант семантического дифференциала для экспериментальной обработки. Рекомендуется не выстраивать шкалы исследования (дескрипторы) в алфавитном порядке (чтобы не вносить в оценивание лишней системы стандартизации) и равномерно распределять по левому или правому полюсу шкалы предполагаемые предпочитаемые и непродвигаемые качества (чтобы не создать у испытуемого ориентацию на один край шкалы при оценивании). Как правило, первичный вариант семантического дифференциала содержит довольно много шкал (обычно более сотни), поэтому экспериментальная обработка проводится для выявления наиболее информативных и важных для дифференциации шкал.

4) На основе работы с экспериментальной группой строится первичная матрица результатов оценивания. Первичная матрица результатов обрабатывается с помощью процедур выделения семантических универсалий, кластерного и факторного анализов.

5) На основе данных обработки первичной матрицы строится рабочий вариант бланка семантического дифференциала.

В рабочий вариант входят:

- шкалы, входящие в семантические универсалии для минимального уровня значимости как шкалы, обладающие наибольшей дифференцирующей силой;

- шкалы, выбирающие процент дисперсии результатов не менее заданного исследователем минимального уровня;

- шкалы, входящие в выделенные факторы с весом не менее 0,6;

- шкалы, составленные на основе названий выделенных факторов (если названия не дублируют составляющие факторы шкалы);

- шкалы, составленные на основе названий выделенных кластеров (если названия не дублируют составляющие факторы шкалы). Для прикладных разработок один из видов регрессионного анализа обычно пропускается, так как вероятность появления новых видов шкал после

⁵⁷ Серкин В.П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики. М.: Издательство «ПЧЕЛА», 2008. 382с.

Серкин В.П. Алгоритм разработки и бланки специализированных семантических дифференциалов для оценки работы, профессии и профессионала // Психологическая диагностика. 2007. № 5. С. 11-29.

первого анализа достаточно мала. Два вида анализа (факторный и кластерный) необходимы, если специализированный семантический дифференциал составляется в целях научного исследования.

Из рабочего варианта исключаются:

- шкалы, работа с которыми оказалась затруднительной для большинства испытуемых;

- одна из двух шкал, корреляции оценок, на основе которых по пилотажной группе превышает 0,8 (как дублирующие шкалы).

б) Рабочий вариант семантического дифференциала может быть проверен на надежность с помощью стандартных процедур. Проверка на валидность возможна только при наличии релевантных проверенных матриц семантического дифференциала или при согласовании факторов проверенных опросников, шкал и факторов семантического дифференциала. Частично проверка на валидность может быть проведена путем апробации бланка на четко различающихся группах испытуемых. Наличие различных шкал, входящих в универсалию групповой оценки (хотя бы одна – две шкалы) по достаточно высокому интервалу (лучше 90%), и различных факторов показывает, что бланк обладает четко выраженными дифференцирующими способностями.

7) Окончательный вариант матрицы семантического дифференциала, как правило, не сильно отличается от рабочего бланка. Небольшие изменения могут произойти, если в дальнейшей работе выявятся затрудняющие работу испытуемых шкалы или новые факторы, постоянно набирающие большой процент дисперсии результатов. Если разработанная матрица семантического дифференциала используется позднее для работы с другими группами испытуемых, то результаты также могут быть использованы для дальнейшей оптимизации полученной методики.

Статистическая обработка данных полученных в ходе исследования

Статистическая обработка семантического дифференциала предполагает перевод данных в электронный формат, факторный анализ, построение семантического пространства. В ряде случаев используют другие статистические процедуры, в зависимости от целей и задач исследования или в связи с необходимостью уточнения возникших сомнений, предположений. Вместо факторного анализа может использоваться другая операция упорядочивания данных – кластерный анализ. Однако «для методов опосредованного установления сходства значений более оптимальными оказываются процедуры факторного анализа,... так как они позволяют представить исходные данные в компактной, хорошо структурированной форме, удобной для анализа и дальнейшей интерпретации»⁵⁸. Возможность применения множества различных статистических процедур задается изначально формой представления данных в виде матрицы (совокупности

⁵⁸ Петренко В.Ф. Указ. соч. С. 100.

числовых массивов, рядов). Информацию, необходимую для более подробного рассмотрения, можно найти в специальной литературе.

Интерпретация полученных результатов

Интерпретация специализированного семантического дифференциала начинается с интерпретации результатов факторного анализа (выделение содержательной характеристики фактора). Далее интерпретируется расположение объектов в семантическом пространстве.

2.2. Определение объектов оценивания

Список объектов оценивания определяется целями и задачами исследования и репрезентирует выборку, а также зависит от научных интересов исследователя. Чаще всего в качестве объектов выступают те или иные понятия, хотя иногда могут использоваться изображения, реальные предметы, люди, явления, события, слова, и т.п. Это могут быть, например, имена людей, названия профессий, национальностей, произведений искусства, видов деятельности, событий, политических партий, фирм, товаров, услуг и т. п.

Имеется несколько ***основных требований к выбору объектов*** (элементов оценивания):

1) ***оптимальное количество объектов***: если объектов исследования небольшое количество (меньше 7-8) – это приведет к невозможности вычисления мер сходства между признаками объектов, которые будут удовлетворять требованиям статистической достоверности; если объектов оценивания слишком много (более 40) – это может вызвать утомление испытуемых и потребует разбиения процедуры обследования на несколько этапов;

2) ***оптимальное разнообразие объектов***, соответствие их состава содержанию исследуемой сферы сознания: слишком малое разнообразие объектов приведет к искусственному ограничению семантического пространства, возможной потере существенных для испытуемого признаков, однообразию оценок; слишком большое количество объектов – затруднит выбор адекватных признаков, делая признаки, пригодные для оценки одних объектов, непригодными для других⁵⁹;

3) ***понимание респондентом объектов***: объекты оценивания должны быть известными и однозначно понимаемыми всеми респондентами, так как информация о неизвестных и непонятных респонденту объектах, полученная с помощью метода семантического дифференциала, не имеет практической пользы;

⁵⁹ Соломин И.Л. Психосемантическая диагностика мотивации: методическое руководство. СПб.: Петербургский гос. ун-т путей сообщения, 2013. С. 7-8.

4) **однородность объектов:** в одном списке нельзя объединять разнотипные элементы (например, людей и ситуации, поступки и результаты и т.д.), т.к., во-первых, для такой матрицы невозможно будет составить адекватные шкалы оценивания (дескрипторы), подходящие для каждого типа, а во-вторых, смысл (значение) оценки элементов разного типа, сделанных с помощью одного и того же набора шкал оценивания (дескрипторов), будет резко различаться, что, в свою очередь, делает бессмысленным факторный анализ (не статистически, а психологически и семантически).

Для того чтобы список объектов оценивания был более точным можно собрать необходимую информацию на основании анализа разнообразных литературных источников или (и) данных предварительного анкетирования. В ряде случаев при составлении семантического дифференциала можно использовать метод контент-анализа, позволяющий отобрать объекты, наиболее адекватно отражающие интересующую область исследования. При составлении списка объектов оценивания необходимо помнить, что практически одновременно и на этом же материале формируется список шкал оценивания (оценочных категорий, дескрипторов) и делается согласование со списком объектов оценивания: важно, чтобы каждую оценочную категорию можно было применить к каждому объекту оценивания. В процессе согласования возможно уточнение ряда формулировок, а также дополнение/сокращение списка объектов оценивания.

Ниже приводятся описания выпускных квалификационных работ, в рамках которых применялся метод специализированного семантического дифференциала, и осуществлялась работа по определению объектов оценивания.

1. «Образ профессионального психолога у студентов различных направлений подготовки» (работа выполнена в 2015 г. Н.С. Шадринной под руководством О.В. Кожевниковой).

Целью исследования является изучение специфики образа профессионального психолога у студентов психологического направления подготовки в сопоставлении с данным образом у студентов, не ориентированных на профессиональное изучение психологии.

Объекты оценивания: «Я в настоящем», «Я в прошлом», «Я в будущем», «Я как психолог», «Психолог-практик», «Психолог-исследователь», «Профессиональный психолог», «Житейский психолог», «Компетентный психолог», «Некомпетентный психолог», «Реальный психолог», «Идеальный психолог».

2. «Образ интернет-зависимости у пользователей с тенденциями отклоняющего поведения» (работа выполнена в 2015 г. А.С. Ионовой под руководством О.В. Кожевниковой).

Целью исследования является изучение образа интернет-зависимости у пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения в сопоставлении с образом более нормативных пользователей.

Объекты оценивания: «Интернет-зависимость», «Интернет», «Наркомания», «Алкоголизм», «Курение», «Общение», «Развлечение», «Отдых», «Познание», «Тайна», «Разрушение», «Жестокость», «Радость», «Горе», «Отвращение», «Удивление», «Гнев», «Стыд», «Интерес», «Страх».

3. «Образ курящей женщины в связи с личностными особенностями реципиентов разного пола» (работа выполнена в 2013 г. Н.А. Зиновьевой под руководством О.В. Кожевниковой).

Целью исследования является изучение специфики образа курящей женщины у реципиентов разного пола в связи с их личностными особенностями.

Объекты оценивания: «Современная женщина», «Женщина в прошлом», «Женщина в будущем», «Женщина-мать», «Хорошая жена», «Идеальная женщина», «Привлекательная женщина», «Женственная женщина», «Курящая женщина», «Я – сама» (для респондентов-женщин).

Практические задания

1. На основе темы и цели исследования определите, какими могут быть объекты оценивания:

- *Тема: Образ психоактивных средств у студентов.*

Цель исследования: Изучение образа психоактивных средств у студентов психологического факультета.

- *Тема: Представления о студентах спортивного факультета*

Цель исследования: Изучение представлений о студентах спортивного факультета о самих себе и студентов других специальностей.

- *Тема: Исследование личности преподавателя психологии методом семантического дифференциала.*

Цель исследования: Изучение образа преподавателя психологии студентами разных психологических специальностей.

- *Тема: ИмPLICITные представления о «мужском» и «женском» интеллекте.*

Цель исследования: Выявление и анализ гендерных стереотипов имPLICITных представлений об интеллекте.

2. Определите тему и цель исследования на основе списка объектов исследования.

- *Объекты исследования: «творческая любовь», «романтическая любовь», «братская любовь», «родительская любовь», «платоническая любовь», «счастливая любовь», «несчастливая любовь», «любовь как у всех», «детская любовь», «плотская любовь».*

- *Объекты исследования: «добытчик», «защитник», «профессиональный деятель», «глава семьи», «муж», «отец», «любовник», «брат», «друг», «сын», «коллега».*

- *Объекты исследования: «русский», «удмурт», «татарин», «башкир», «чеченец», «англичанин», «немец», «армянин», «француз», «испанец», «украинец», «Я сам».*

- *Объекты исследования: «блондинка», «брюнетка», «шатенка», «успешная женщина», «современная женщина», «женщина в прошлом», «домохозяйка», «студентка», «замужняя женщина», «популярная женщина», «необычная женщина», «Я сама».*

2.3. Определение шкал оценивания

Выявление шкал оценивания (мы применяем данную формулировку вслед за В.Ф. Петренко, при этом в специализированной литературе также используются термины «конструкты», «оценочные категории», «дескрипторы») – это один из самых сложных моментов при составлении специализированного семантического дифференциала (как и других методов психосемантического исследования). Есть целый ряд методов определения шкал оценивания, но эти методы ориентированы на персональную работу с каждым клиентом – это метод триад, консультативная беседа, работа с текстом, с проективными методиками. Данные методы можно использовать на предварительном этапе исследования, когда важно уточнить цель, конкретизировать форму, можно также использовать предварительные результаты исследования, проведенного с привлечением нескольких испытуемых, как пробные.

Для выявления оценочных шкал (дескрипторов) можно также провести анкетирование. Для получения более точных шкал исследования анкетирование лучше проводить в открытой (свободной) форме, когда нет предложенных вариантов ответов, вопросы должны быть объемными, неструктурированными, нестандартизированными. Фактически, такая анкета имеет проективный характер. Это мини-сочинение на заданную тему. Например: «Как Вы представляете свое будущее?», или «Чем для Вас является Ваша профессия?». Затем анкеты обрабатываются в основном методом контент-анализа, но иногда важен полный качественный анализ текстов, когда еще не задана точно форма оценочных шкал и объектов исследования.

Так, например, в одном из исследований, осуществлявшихся под руководством Ч. Осгуда, целью которого было изучение специфики восприятия живописи различными группами ее ценителей, входящие в набор 40 оценочных шкал были отобраны по результатам данных различного рода: спонтанные реплики студентов, которым предъявлялись диапозитивы с репродукциями картин, отзывы посетителей художественной выставки, организованной в университете штата Иллинойс, и т. д. Кроме того, были

включены шкалы, которые соответствовали основным факторам семантического дифференциала, выделенным ранее⁶⁰.

Список шкал оценивания может состоять не только из прилагательных, но и глаголов, существительных, словосочетаний, устойчивых выражений (например, фразеологизмы). Первоначальный отбор шкал оценивания проводится в зависимости от целей и задач исследования, однако рекомендуется учитывать **ряд общих рекомендаций и требований**, предъявляемых к дескрипторам:

1) **метафоричность шкалы** (объекту приписываются качества, которых у него в буквальном смысле чаще всего нет); тем не менее, допускается использование определенного количества денотативных признаков, т.к. иногда бывает трудно ограничиться только коннотативными качествами;

2) **универсальность шкалы** (характеристики, описываемые шкалой, могут быть использованы для оценивания всех объектов, которые включены в исследование);

3) **избегание полисемантической шкалы** (исследователь должен очень внимательно и осторожно использовать многозначные слова при составлении шкал, которые могут внести неясность для респондента при оценивании объекта: лучше стараться вообще не использовать многозначные слова, при крайней необходимости использования расшифровывать значение);

4) **синонимия при выборе полюсов шкалы** (на конце шкалы исследователь по своему усмотрению может использовать один из нескольких возможных синонимов, помня, что используемый синоним во многих случаях оказывает некоторое влияние на ответы респондентов и выбрать наиболее подходящий вариант);

5) **контекстуальность шкалы** (необходимо учитывать то, что прилагательные могут иметь контекстуальные значения; в зависимости от контекста уменьшается диапазон уместности использования антонима) и **контекстуальность оценки** (если ввести в процедуру оценивания объектов исследования, имеющих ярко выраженную эмоциональную окраску, это повлияет на результаты оценивания других объектов по соответствующим шкалам);

6) **заданность шкалы респонденту** (важно осознавать, в какой степени предложенные исследователем шкалы и их формулировка соответствуют индивидуальной концептуальной системе респондента; во многих случаях целесообразно и необходимо для составления семантического дифференциала использовать технику репертуарных решеток, позволяющую выявить индивидуальную систему смыслов индивидов, лежащую в основе их субъективных оценок: считается, что явления, лежащие за пределами индивидуального социального опыта и обладающие большой степенью

⁶⁰ Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П. Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам (Перевод В.С. Каменского) // Искусствоведение: Методы точных наук и семиотики / Сост. и ред. Ю.М. Лотмана, В.М. Петрова. М.: Издательство ЛКИ, 2007. С. 280.

абстрактности, обобщенности – это абстрактные ценности, идеалы, символические представления, научные обобщения – лучше исследовать с помощью заданных шкал; явления, понятия, которые непосредственно связаны с индивидуальным социальным опытом и потребностями личности (например, семья), лучше исследовать с привлечением выявленных шкал);

б) **направленность шкалы** (в бланке семантического дифференциала необходимо использовать как шкалы, образованные оппозициями от положительного полюса к отрицательному, так и шкалы, имеющие обратную направленность; эта мера применяется для пресечения позиционного стиля ответов респондента, когда через некоторое время респондент начинает давать одинаковые ответы);

7) **введение дублирующих шкал** (для избегания случайных ответов в ряде случаев (не всегда) целесообразно ввести дублирующие друг друга шкалы, отличающиеся, например, направленностью);

8) **использование неуместных шкал** (возможно включение в семантический дифференциал шкал, которые должны казаться респондентам абсолютно не подходящими к исследуемым объектам; с помощью таких шкал в ряде случаев можно несколько замаскировать цель исследования и повлиять на намерения респондентов давать преимущественно социально желательные, по их мнению, оценки)⁶¹.

В упоминаемых в предыдущем параграфе исследованиях использовались следующие шкалы оценивания:

1. «Образ профессионального психолога у студентов различных направлений подготовки»

Цель исследования: изучение специфики образа профессионального психолога у студентов психологического направления подготовки в сопоставлении с данным образом у студентов, не ориентированных на профессиональное изучение психологии.

Объекты оценивания: «Я в настоящем», «Я в прошлом», «Я в будущем», «Я как психолог», «Психолог-практик», «Психолог-исследователь», «Профессиональный психолог», «Житейский психолог», «Компетентный психолог», «Некомпетентный психолог», «Реальный психолог», «Идеальный психолог».

Шкалы оценивания:

противный – приятный	враждебный – дружелюбный
слабый – сильный	уверенный – неуверенный
разговорчивый – молчаливый	нелюдимый – общительный
безответственный – добросовестный	честный – неискренний
упрямый – уступчивый	несамостоятельный – самостоятельный
замкнутый – открытый	раздражительный – невозмутимый
добрый – эгоистичный	радостный – печальный

⁶¹ Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. Мн.: Книжный Дом, 2003. 1312 с.

зависимый – независимый
деятельный – пассивный
черствый – отзывчивый
решительный – нерешительный
вялый – энергичный
справедливый – несправедливый
расслабленный – напряженный
суетливый – спокойный

простой – сложный
жизнерадостный – унылый
глупый – умный
бессмысленный – осмысленный
эмоциональный – рациональный
мужественный – женственный
формальный – неформальный
успокаивающий – возбуждающий

2. «Образ интернет-зависимости пользователей с тенденциями отклоняющего поведения»

Цель исследования: изучение образа интернет-зависимости у пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения в сопоставлении с образом более нормативных пользователей.

Объекты оценивания: «Интернет-зависимость», «Интернет», «Наркомания», «Алкоголизм», «Курение», «Общение», «Развлечение», «Отдых», «Познание», «Тайна», «Разрушение», «Жестокость», «Радость», «Горе», «Отвращение», «Удивление», «Гнев», «Стыд», «Интерес», «Страх».

Шкалы оценивания:

пассивный – активный
тихий – громкий
яркий – тусклый
быстрый – медленный
опасный – безопасный
веселый – грустный
здоровый – болезненный
красивый – безобразный
полезный – бесполезный
приятный – неприятный
светлый – темный
тяжелый – легкий
грубый – нежный

теплый – холодный
живой – безжизненный
большой – маленький
сильный – слабый
конкретный – абстрактный
осознанный – неосознанный
сложный – простой
таинственный – обычный
движущийся – неподвижный
кратковременный – длительный
упорядоченный – хаотичный
устойчивый – изменчивый

3. «Образ курящей женщины в связи с личностными особенностями реципиентов разного пола»

Цель исследования: изучение специфики образа курящей женщины у реципиентов разного пола в связи с их личностными особенностями.

Объекты оценивания: «Современная женщина», «Женщина в прошлом», «Женщина в будущем», «Женщина-мать», «Хорошая жена», «Идеальная женщина», «Привлекательная женщина», «Женственная женщина», «Курящая женщина», «Я – сама» (для респондентов-женщин).

Шкалы оценивания:

Обаятельная – непривлекательная	вялая – энергичная
слабая – сильная	справедливая – несправедливая
разговорчивая – молчаливая	расслабленная – напряженная
безответственная – добросовестная	суетливая – спокойная
упрямая – уступчивая	враждебная – дружелюбная
замкнутая – открытая	уверенная – неуверенная
добрая – эгоистичная	нелюдимая – общительная
зависимая – независимая	честная – неискренняя
деятельная – пассивная	несамостоятельная – самостоятельная
черствая – отзывчивая	раздражительная – невозмутимая
решительная – нерешительная	

Практическое задание

На основе темы, цели исследования и объектов оценивания разработайте шкалы оценивания (дескрипторы), применяя методы опроса, контент-анализа специализированной литературы, анализа аналогичных исследований и т.д.

1.Тема: Образ лекарственного средства у склонных к ненормативному поведению потребителей

Целью исследования является изучение образа лекарственных средств у потребителей, склонных к нормативному и ненормативному поведению.

Объекты оценивания: «Лекарственные средства, которые я часто принимаю», «Сильнодействующие лекарственные средства», «Лекарственные средства, отпускаемые по рецепту», «Лекарственные средства, отпускаемые без рецепта», «Высокоэффективные лекарственные средства», «Лекарственные средства с истекшим сроком годности», «Лекарственные средства, предназначенные для приема детям», «Импортные лекарственные средства», «Лекарственные средства отечественного производителя», «Лекарственные средства удобные в применении», «Учетные лекарственные средства (ядовитые, наркотические)», «Биологически активные добавки», «Витамины», «Дорогостоящие лекарственные средства», «Жизненно необходимые и важнейшие лекарственные средства», «Поддельные лекарственные средства», «Быстродействующие лекарственные средства», «Дженерики (точные копии лекарственных средств известных брендов)», «Лекарственные средства для внутреннего применения», «Лекарственные средства для наружного применения».

2. Тема: Образ ребёнка раннего и младшего дошкольного возраста у матерей, воспитывающих одного и более детей.

Целью исследования является изучение образа ребенка раннего и младшего дошкольного возраста у матерей, воспитывающих одного и более детей.

Объекты оценивания: «Я в раннем детстве», «Ребенок 1 года», «Ребенок 2 лет», «Ребенок 3 лет», «Ребенок 4 лет», «Ребенок-детсадовец», «Идеальный ребенок», «Одаренный ребенок», «Болезненный ребенок», «Мой ребенок».

2.4. Выбор способа шкалирования

Семантический дифференциал представляет собой пример *градуированной шкалы* (gradient scale). Другими примерами градуированных шкал являются шкала Лайкерта (Likert scale – пятибалльная биполярная (от -2 до +2) или монополярная (от 1 до 5) шкала, при применении которой от респондентов требуется определить степень согласия или несогласия для каждого набора утверждений о рассматриваемых объектах) и шкала Стэпела (Stapel scale – десятибалльная шкала от -5 до +5 без центральной (нулевой) точки, используемая для определения того, насколько верно или неверно каждый предлагаемый термин описывает изучаемый объект).

Классическим вариантом, использованным еще в первых исследованиях Ч. Осгуда, является семибалльная биполярная шкала от -3 до +3, например:

	-3	-2	-1	0	1	2	3	
Хороший								Плохой

В многочисленных модификациях методики, появившихся с момента ее создания, использовались и другие способы шкалирования.

Вербальная шкала: используются слова «сильно», «средне», «слабо», «очень», «не очень», «немного», оборот «ни ..., ни ...», «весьма», «всегда», «часто», «редко», «трудно определить» (например, «очень холодный» - ... - «ни холодный, ни теплый» - ... - «очень теплый»). Установлено, что респонденты считают данный вид шкалы наиболее удобным и предпочли бы работать именно с ним, если бы им пришлось принимать участие в исследованиях с применением метода семантического дифференциала в будущем⁶².

Неградуированная (немаркированная, неинтервальная) шкала: в бланке указываются только названия полюсов шкалы, между которыми

⁶² Garland R. A Comparison of Three Forms of the Semantic Differential // Marketing Bulletin. 1990. № 1. С. 19-24.

оставлено свободное место или нарисована прямая линия, соединяющая эти полюса, например:



Рис 1. Неградуированная шкала

Респондент имеет возможность более точно указать свое отношение к объекту по этой шкале, т.к. она менее других ограничивает его. На этапе обработки заполненного инструментария положение отметки респондента измеряется с помощью линейки или другого аналогичного инструмента.

3. **Графическая (невербальная) шкала:** в качестве антонимов используются графические оппозиции. Такое шкалирование можно рассматривать, скорее, как вынесение суждения по двухбалльной шкале.



Рис 2. Графическая шкала

4. **Альтернативные цифровые градуированные шкалы:** при построении цифровых шкал может различаться число делений шкалы (3, 5, 7) и цифровое обозначение делений шкалы (ряд чисел, симметричных относительно нуля (например, от -2 до +2), и ряд положительных чисел (например, от 1 до 7)).

Число делений и характер их обозначения диктуются конкретными задачами каждого отдельного эксперимента. Однако в тех случаях, когда требуется формально сопоставить данные измерений, полученных на разных шкалах такого типа, можно привести данные к какому-либо одному виду при условии, что полюса шкал содержательно совпадают, т. е формулируются не только одними и теми же признаками, но и одной и той же их степенью (если минимальное деление шкалы А соответствует, например, значению «очень хороший», то и минимальное деление шкалы В также соответствует значению «очень хороший»).

Приведение данных к одному виду осуществляется по формуле⁶³:

$$X_A = (X_B - B_{\min}) \cdot \frac{A_{\max} - A_{\min}}{B_{\max} - B_{\min}} + A_{\min}$$

Где A и B – шкалы, заданные одними и теми же полярными признаками, но с разным числом делений и видом числового ряда;

X_A – искомая оценка по шкале A ;

⁶³ Психосемантика слова и лингвостатистика текста: Методические рекомендации к спецкурсу / Сост. А.П. Варфоломеев; Калинингр. ун-т. Калининград, 2000. С. 13-14.

X_B – имеющаяся оценка по шкале B ;

A_{\max} A_{\min} – максимальное и минимальное деление шкалы A ;

B_{\max} B_{\min} – максимальное и минимальное деление шкалы B .

Например, оценка (X_B) некоторого значения по пятиранговой шкале от 1 до 5 B равна 4. Необходимо найти соответствующую ей оценку (X_A) на семиранговой шкале от -3 до +3 A .

Производим вычисления по приведенной формуле:

$$X_A = (4 - 1) \cdot \frac{3 - (-3)}{5 - 1} + (-3) = 1,5$$

Практическое задание

Перед вами фрагмент матрицы СД, заполненной с применением монополярной шкалы от 1 до 5. Воспользовавшись приведенной ранее формулой, переведите данные в классический биполярный формат от -3 до +3:

Монополярная шкала

	Объект 1	Объект 2	Объект 3	Объект 4
Шкала 1	1	3	2	4
Шкала 2	5	5	3	2

Биполярная шкала

	Объект 1	Объект 2	Объект 3	Объект 4
Шкала 1				
Шкала 2				

2.5. Составление инструкции для респондентов

Заполнение бланка семантического дифференциала может вызывать у респондента затруднения, связанные, в том числе, и с недостаточным пониманием сути данной процедуры. Именно поэтому участие в исследовании должно предваряться инструктированием. В зависимости от условий проведения исследования инструкция может быть только письменной или письменной с дополнительными разъяснениями в устной форме.

В инструкции необходимо представить следующее⁶⁴:

1. **Обращение к участнику исследования:** данный пункт особенно важен, если не предполагается устного взаимодействия с респондентами перед проведением исследования:

⁶⁴ Аверьянов Л.Я. Социология: искусство задавать вопросы. М., 1998. С. 304-307.

Уважаемый участник исследования!

Уважаемые родители!

2. Цели и задачи исследования, которые обозначаются в самой общей форме, но обязательно четко и определенно, например:

Данное исследование проводится с целью изучения особенностей восприятия политических деятелей в период предвыборной кампании.

Можно также подчеркнуть научную и практическую значимость исследования, направленность его на улучшение той или иной сферы жизнедеятельности человека, например:

Целью данного исследования является изучение образа ребенка раннего и младшего дошкольного возраста у матерей, воспитывающих одного и более детей. Полученные результаты позволят сформулировать рекомендации по оптимизации детско-родительских отношений.

3. Указание на характер сбора данных: имеется в виду анонимный или не анонимный вариант выполнения задания. Метод семантического дифференциала предполагает обобщенный характер анализа данных, и в тех случаях, когда в ходе исследования не предполагается использование каких-либо иных методик и процедур, предоставление персональной информации о респонденте не является необходимым. В этом случае в инструкции может фигурировать, например, следующая фраза:

Исследование является анонимным.

Если же, в соответствии с целями и задачами осуществляемого исследования, результаты, полученные в ходе анализа данных семантического дифференциала, необходимо будет соотнести с данными других методик, например, анкетирования, в инструкцию может быть введена следующая информация:

Исследование не является анонимным, однако, все результаты будут использованы в обобщенном формате без указания персональных данных участников.

Желательно также подчеркнуть добровольный характер участия в исследовании (особенно, если это соответствует действительности).

4. Описание основных правил заполнения бланка семантического дифференциала:

Просим Вас оценить перечисленные ролевые позиции по 30 антонимам с учетом семибалльной шкалы (-3 -2 -1 0 +1 +2 +3), где -3 – наибольшая степень выраженности левого определения, +3 – наибольшая степень выраженности правого определения, промежуточные позиции (-2,-1 и +1,+2) означают меньшую степень выраженности данных качеств в том (+1,+2) и в другом (-1, -2) проявлении, 0 – если Вы затрудняетесь отнести какое-либо понятие к правому или левому полюсу.

5. Благодарность за участие в исследовании можно рассматривать и как этикетную формальность, и как дополнительный мотивирующий фактор ответственного отношения респондента к исследованию:

Заранее благодарим Вас за помощь.

Спасибо за сотрудничество!

Практические задания

1. Проанализируйте приведенные ниже инструкции. Какие изменения вы бы внесли в данные тексты?

Инструкция 1. Уважаемый респондент! Вам предлагается оценить своих педагогов по парным качествам, описывающим определенное впечатление от оцениваемого объекта. Отрицательный или положительный знак предлагаемых признаков нужен нам только для обработки результатов. Нет качеств хороших или плохих, каждому человеку присуще их определенное сочетание. Так, художник, рисуя портрет, не делит краски на «хорошие» и «плохие». Ваша задача – нарисовать психологические портреты учителей, чьи фамилии перед Вами на бланке. Оцените близость каждому педагогу качества из левого или правого столбика и поставьте соответствующий знак. Затем оцените меру выбранного Вами качества в баллах:

1 или – 1 – качество присуще в незначительной степени;

2 или – 2 – качество присуще в средней степени;

3 или – 3 – качество присуще в сильной степени;

0 – если затрудняетесь отнести к данному учителю оба качества⁶⁵.

Инструкция 2. Выберите двух людей из вашей социальной группы, которых вы хорошо знаете и к которым вы испытываете различное, положительное и отрицательное отношение. Последовательно оцените их

⁶⁵ Захарова И.В., Стрюкова Г.А. Семантический дифференциал как метод диагностики восприятия учащимися педагога // Психологическая наука и образование. 1999. № 3-4.

обоих с помощью следующих нескольких противоположных пар эмоционально-оценочных прилагательных, выбрав в каждой из пар место, занимаемое данным человеком, и отметив крестиком свое эмоциональное отношение к нему. Если ваше отношение к данному человеку положительное, то крестик ставится справа от средней, нулевой линии; если ваше отношение к нему отрицательное, то крестик проставляется слева от нее. В том и в другом случае сила отношения выражается, соответственно, выбором нужного положительного или отрицательного балла от 0 (самое слабое эмоциональное отношение) до 3 (самое сильное эмоциональное отношение)⁶⁶.

Инструкция 3. В предложенном бланке представлены наиболее распространенные качества человека. Положительные значения этих качеств обозначены знаком «+», а отрицательные – «-». Их степень оценивается по семибалльной шкале. Порядок работы с методикой очень прост и заключается в следующем:

- выбор знака того или иного качества;
- определение степени его проявления по баллам:
 - 3 – проявляется очень сильно и очень часто;
 - 2 – выражено достаточно заметно и часто встречается;
 - 1 – проявляется иногда и слабо;
 - 0 – трудно сказать, есть и то, и другое.

На основе выбранных знаков и степени выраженности качества обведите соответствующую цифру в таблице. Помните, что положительные и отрицательные качества людей, приведенные в таблице, постоянно меняются местами. Поэтому будьте внимательны в своих оценках⁶⁷.

2. Изучив описание исследования, составьте инструкцию для использования в его рамках метода СД.

1. Цель исследования – изучение специфики восприятия образов курящих женщин в связи с личностными особенностями реципиентов. К участию в исследовании будет привлечено сто человек (по пятьдесят мужчин и женщин в возрасте от 25 до 35 лет, имеющих высшее образование). Сначала с помощью комплекса психодиагностических методик (личностный опросник Р. Кеттела; вопросник С. Бэм по изучению маскулинности – феминности; методика диагностики склонности к отклоняющемуся поведению А.Н. Орел) будут изучены личностные особенности участников. Затем испытуемым будет предложено оценить по 21 полярной шкале (от -3 до +3), представленной личностными характеристиками (например,

⁶⁶ Немов Р.С. Психология. Кн.3: Психодиагностика. М.: ВЛАДОС, 1998. С. 381.

⁶⁷ Фетискин Н. П., Козлов В. В., Мануйлов Г. М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М., Изд-во Института Психотерапии. 2002. С. 20.

«обаятельная – непривлекательная», «разговорчивая – молчаливая» и т.п. – методика личностного дифференциала), двенадцать объектов: «современная женщина», «женщина в прошлом», «женщина в будущем», «женщина-мать», «хорошая жена», «идеальная женщина», «привлекательная женщина», «женственная женщина», «курящая женщина», «Я сама» / «Я сам»). Сбор данных будет осуществляться дистанционно: каждый респондент получит электронный файл в формате .xls, содержащий несколько листов, на которых будут последовательно предъявляться все перечисленные методики.

2. Цель исследования – изучение образов ведущих политиков в период предвыборной кампании у представителей разных этногрупп. Отбор испытуемых будет осуществляться по квотному принципу: в исследовании примет участие равное количество удмуртов и русских, мужчин и женщин, в возрасте 18-40 лет и 40-70 лет, городских и сельских жителей – всего 180 человек. Респондентам на бумажном бланке будет предъявлена матрица, содержащая 15 объектов – пять известных в республике политиков и десять ролевых позиции («Я сам» / «Я сама», «мой идеал политика», «политик будущего», «политик прошлого», «лидер», «деловой человек», «работающий человек», «умный человек», «проходимец», «презираемый мною человек»), которые необходимо будет оценить с учетом семибалльной шкалы (-3 -2 -1 0 +1 +2 +3) по 30 парам антонимов (например, «хороший – плохой», «тихий – громкий», «тусклый – яркий» и т.п.).

2. Цель исследования – изучение внутренней картины болезни подростков в острой и хронической стадиях заболевания, находящихся на лечении в отоларингологическом отделении стационара. К исследованию будет привлечено 50 подростков в возрасте 12 - 15 лет. Сбор данных будет осуществляться индивидуально с каждым испытуемым в течение двух дней. В первый день будет зафиксирована социально-демографическая информация и проведен сбор анамнеза (диагноз, форма и стадия заболевания, дни пребывания в стационаре), наблюдение за поведением подростка и первая часть СД «Мое состояние до болезни». Во второй день – вторая часть СД «Мое состояние сейчас» и рисуночная техника «Нарисуй свою болезнь». Для оценивания будет предложено девять объектов: «боль», «больница», «лечение», «врач», «медсестра», «общение со сверстниками», «здоровье», «изоляция», «состояние до болезни» / «состояние сейчас». Шкалы будут представлены 20 парами антонимов (например, «грубый – нежный», «уродливый – красивый», «чистый – грязный» и др.), которые нужно будет оценить от -3 до +3 в зависимости от полюса.

2.6. Осуществление сбора данных

В ходе последующей обработки данных (см. параграф 2.8) для устойчивой факторизации необходимо, чтобы количество респондентов не менее чем в три раза превышало бы количество факторизуемых шкал (плюс 10% для надежности)⁶⁸, т.е., например, в случае использования 21 оценочной шкалы (личностный дифференциал) для фиксации устойчивой факторной структуры потребуется привлечение примерно 70 респондентов⁶⁹.

Сбор данных может осуществляться как в традиционном виде с применением специально разработанных бланков, так и в электронном виде с помощью таблиц, созданных, например, в *MS Excel*.

Пример» электронного бланка»

Пожалуйста, кликните по ссылке в соседней ячейке и перейдите на страницу Вконтакте, где представлена информация о реальном человеке (для этого у вас должен быть доступ в интернет). Уделите некоторое время, чтобы ознакомиться с информацией на открывшейся в браузере странице. После этого оцените на основании сложившегося впечатления обладательницу профиля по предложенным ниже парным характеристикам по шкале от 0 до 3, где 3 максимальная степень выраженности одного из полюсов качества, 2 - чуть меньшая степень и 1 - незначительная степень выраженности качества. 0 выбирается ТОЛЬКО в том случае, когда вы вообще ничего не можете сказать о данном человеке в связи с рассматриваемой характеристикой: пожалуйста, избегайте, по возможности, выбора данной оценки. Поставьте 1 в тот столбец, оценка в котором соответствует вашему впечатлению об оцениваемом человеке. В каждой строке ОБЯЗАТЕЛЬНО должна быть только ОДНА оценка. Осуществите оценивание в первой таблице, опираясь на свое представление о том, какой эта девушка хотела бы казаться окружающим, исходя из той информации, которая представлена в ее профиле. Прокручивайте лист вниз до последней инструкции.

		Какая она на самом деле?							
		3	2	1	0	1	2	3	
6	обаятельная								непривлекательная
7	слабая								сильная
8	разговорчивая								молчаливая
9	безответственная								добросовестная
10	упрямая								уступчивая
11	замкнутая								открытая

Рис. 3 Фрагмент «электронного бланка» в MS Excel

⁶⁸ Дружинин В. Н. Экспериментальная психология. СПб.: Питер, 2008. С. 96.

⁶⁹ Мазуркевич А.В. Процессуальная конкретизация и математическое обоснование метода семантических универсалий // Вестник КРАУНЦ. Гуманитарные науки. 2013. №1 (21). С. 112-123.

Пример «бумажного» бланка

Пожалуйста, оцените указанные профессии по перечисленным психологическим характеристикам с учетом семибалльной шкалы (-3 -2 -1 0 +1 +2 +3), где -3 – наибольшая степень выраженности левого определения, +3 – наибольшая степень выраженности правого определения, 0 – если Вы затрудняетесь отнести какое-либо понятие к правому или левому полюсу.

-3 -2 -1 0 +1 +2 +3	Политик	Врач	Бизнесмен	Учитель	Спортсмен	Инженер	Эколог	Слесарь	Дизайнер	Программист	Переводчик
добрый – злой											
слабый – сильный											
вялый – энергичный											
честный - неискренний											
упрямый – уступчивый											
... (фрагмент текста)											

Респондентам, незнакомым с процедурой семантического дифференциала, целесообразно предложить в качестве примера упрощенный вариант бланка, предполагающий оценивание только одного объекта, с тем чтобы облегчить понимание инструкции:

Оцените, пожалуйста, понятие ВРЕМЯ по 25 параметрам, выраженным противоположными по смыслу прилагательными, по семибалльной шкале: от слабой выраженности (1) до сильной (3). Оценка 0 означает, что вы затрудняетесь соотнести оцениваемое понятие с правым или левым полюсом шкалы – данной оценкой нежелательно злоупотреблять, используя ее только в тех случаях, когда вы действительно не можете оценить предлагаемое понятие.

длительное	3	2	1	0	1	2	3	мгновенное
активное	3	2	1	0	1	2	3	пассивное
напряженное	3	2	1	0	1	2	3	расслабленное
радостное	3	2	1	0	1	2	3	печальное
стремительное	3	2	1	0	1	2	3	застывшее
плотное	3	2	1	0	1	2	3	пустое
яркое	3	2	1	0	1	2	3	тусклое
понятное	3	2	1	0	1	2	3	непонятное
большое	3	2	1	0	1	2	3	маленькое
... (фрагмент текста)								

2.7. Перевод данных в электронный формат

Статистическая обработка данных, полученных в ходе применения процедур частного семантического дифференциала, осуществляется с помощью специализированного программного обеспечения (например, SPSS, STATISTICA и др.), что предполагает создание электронной таблицы, содержащей результаты оценивания респондентами изучаемых объектов (в случае компьютеризированного сбора данных такие таблицы создаются еще на предыдущем этапе – см. параграф 2.6).

На первом этапе перевода данных из «бумажного» в электронный формат целесообразнее использовать *MS Excel* – одну из самых доступных и распространенных программ для работы с электронными таблицами⁷⁰. Данные с бланков, заполненных респондентами, без изменений переносятся в электронную таблицу (опуская знаки «+»), например:

	Я в настоящем	Я в прошлом	Я в будущем	Я как психолог	Психолог-практик	Психолог-исследователь	Профессиональный	Житейский психолог	Компетентный психолог	Некомпетентный	Реальный психолог	Идеальный психолог
-3 -2 -1 0 +1 +2 +3												
противный – приятный	+3	+2	+3	+1	+1	+3	+2	+3	+2	0	+3	+3
слабый – сильный	+2	+1	+3	+2	+3	+3	+3	+2	+3	+1	+2	+3
разговорчивый – молчаливый	+2	+3	+2	+1	+3	+1	+2	+3	+2	0	+1	+2

Рис 4. Фрагмент заполненного респондентом бланка

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	3	2	3	1	1	3	2	3	2	0	3	3
2	2	1	3	2	3	3	3	2	3	1	2	3
3	-2	-3	-2	-1	-3	-1	-2	-3	-2	0	-1	-2
4	1	1	2	2	3	3	3	1	3	-2	1	3

Рис 5. Фрагмент электронной таблицы, содержащей данные с бланка

⁷⁰ Подробнее о программе MS Excel: Демарко Дж. Excel для профессионалов. М.: АСТ, НТ Пресс, 2013. 304 с.

Маликова Л.В., Пылькин А.Н. Практический курс по электронным таблицам MS Excel. М.: Горячая Линия – Телеком, 2006. 256 с.

Пташинский В. Самоучитель Excel 2013. М.: Эксмо, 2013. 290 с.

Официальный сайт: <https://products.office.com/ru-ru/excel>

Следующий шаг – это создание матрицы средних значений по анализируемой выборке. Для этого необходимо скопировать данные по всей выборке на один лист, разделяя оценки каждого испытуемого пустой строкой (см. Рис 5.). Затем пропускается еще одна строка, в пустой ячейке (в нашем примере она окрашена) устанавливается курсор, в строку формул вводится знак равенства «=», а в выпадающем списке формул выбирается команда **СРЗНАЧ**. После этого, удерживая нажатой клавишу **CTRL**, необходимо выделить начальную ячейку в каждой матрице и нажать в появившейся вкладке **Аргументы функции ОК**.

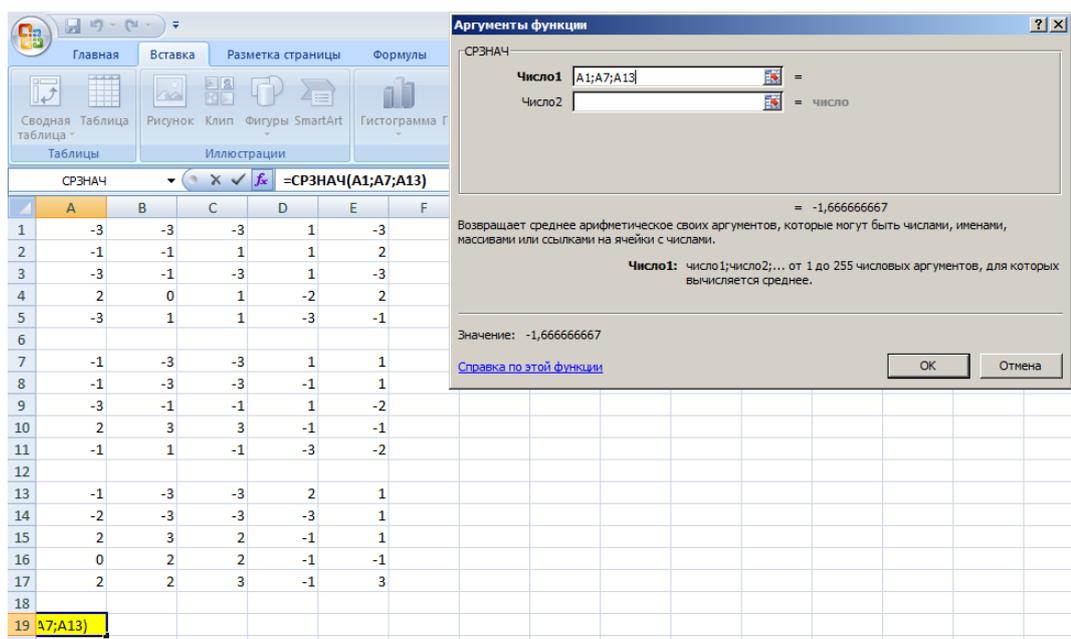


Рис 5. Создание матрицы средних значений

В окрашенной ячейке появляется рассчитанное среднее значение. Для создания общей матрицы средних значений необходимо «растянуть» ее на необходимое количество строк и столбцов левой кнопкой мыши, ухватив за крестик, появляющийся у границ ячейки при наведении на нее курсора.

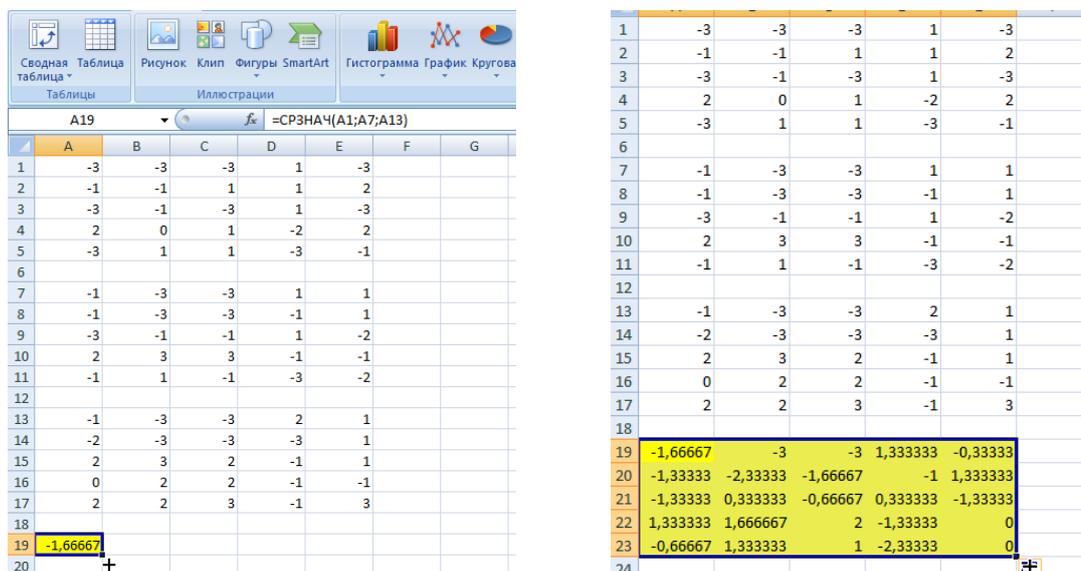


Рис 6. Создание матрицы средних значений

Последний этап форматирования электронной таблицы – это транспонирование итоговой матрицы. Транспонировать матрицу – значит поменять местами ее строки и столбцы (это необходимо для дальнейшего статистического анализа). Для этого сначала копируем полученную матрицу средних значений и вставляем ее на тот же лист через функцию **Специальная вставка – значения** (таким образом данные утрачивают связь с использованной нами формулой, и с ними можно производить дальнейшие манипуляции) – см. Рис 7.

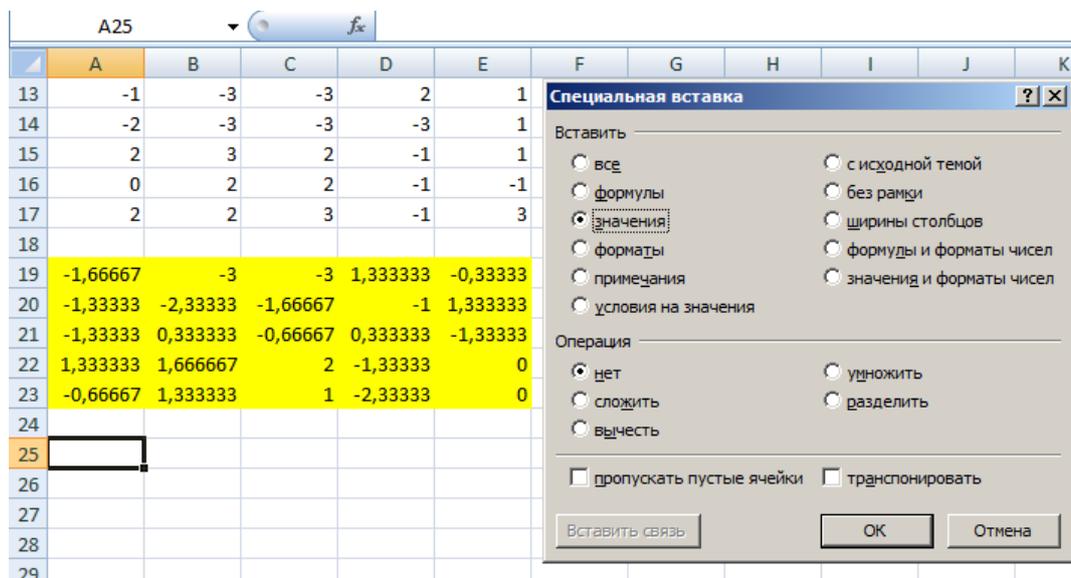


Рис 7. Транспонирование матрицы

Выделяем полученную после копирования матрицу и еще раз ее копируем.

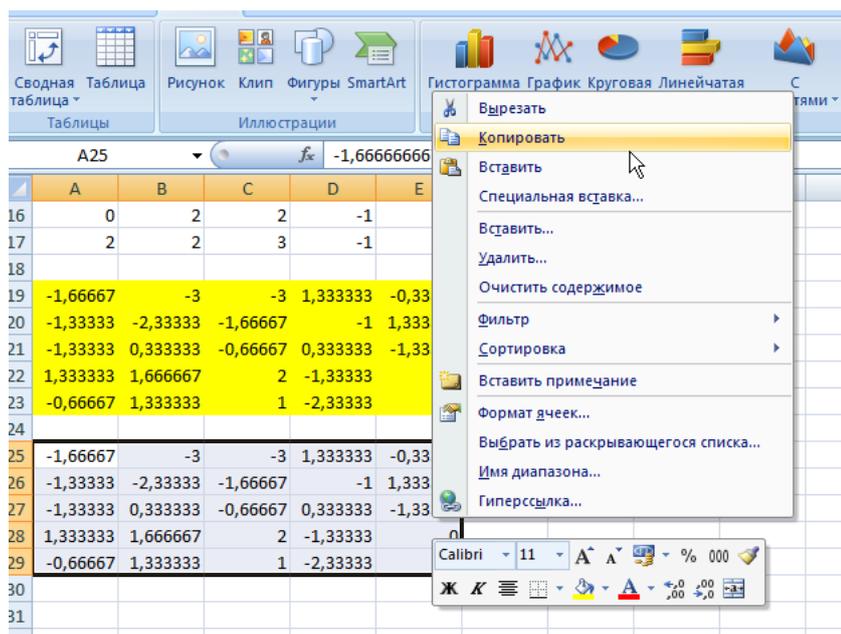


Рис 8. Транспонирование матрицы

Затем выделяем в таблице пустую ячейку, кликаем по ней правой кнопкой мышки и выбираем опцию *Специальная вставка*

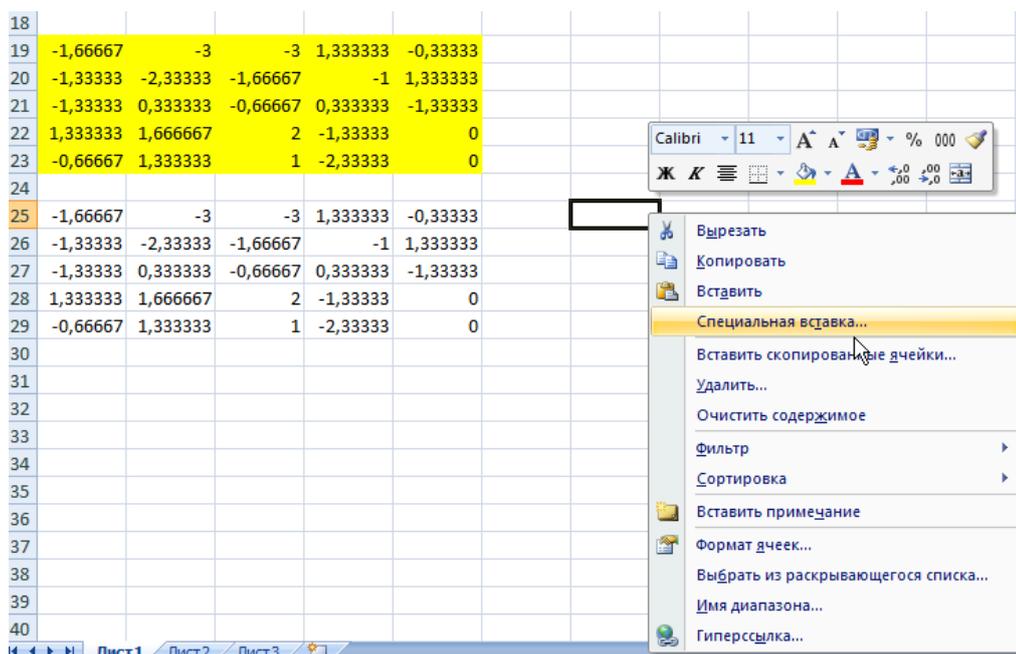


Рис 9. Транспонирование матрицы

В новой отмечаем *транспонировать* и нажимаем *OK*

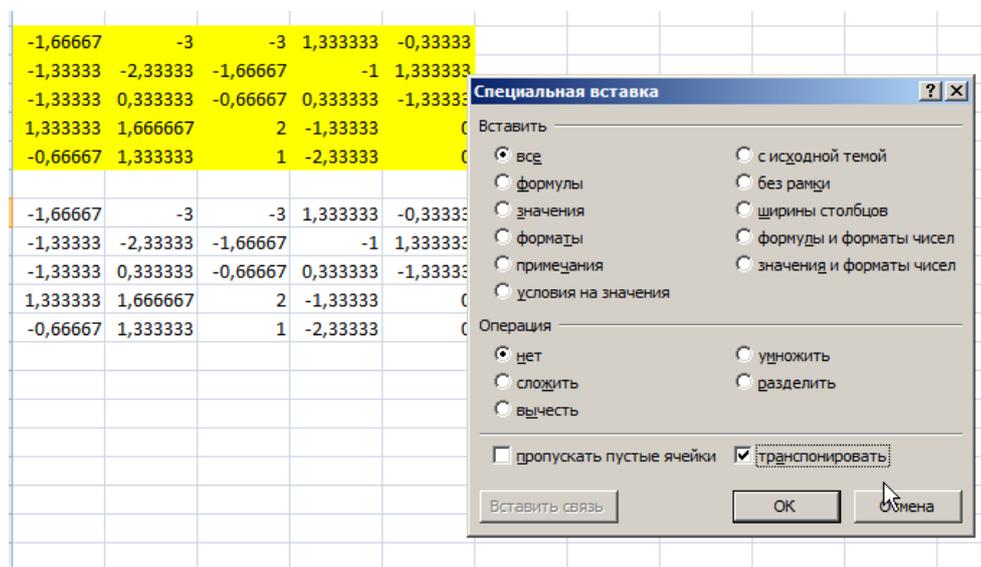


Рис 10. Транспонирование матрицы

Полученная в ходе описанных преобразований матрица будет использоваться при дальнейшей статистической обработке.

-1,66667	-3	-3	1,333333	-0,33333
-1,33333	-2,33333	-1,66667	-1	1,333333
-1,33333	0,333333	-0,66667	0,333333	-1,33333
1,333333	1,666667	2	-1,33333	0
-0,66667	1,333333	1	-2,33333	0

-1,66667	-3	-3	1,333333	-0,33333
-1,33333	-2,33333	-1,66667	-1	1,333333
-1,33333	0,333333	-0,66667	0,333333	-1,33333
1,333333	1,666667	2	-1,33333	0
-0,66667	1,333333	1	-2,33333	0

-1,66667	-1,33333	-1,33333	1,333333	-0,66667
-3	-2,33333	0,333333	1,666667	1,333333
-3	-1,66667	-0,66667	2	1
1,333333	-1	0,333333	-1,33333	-2,33333
-0,33333	1,333333	-1,33333	0	0

Рис 11. Итоговая матрица

2.8. Статистическая обработка данных

В рамках данного пособия мы не ставим перед собой задачу углубленного рассмотрения основной статистической процедуры, используемой нами для обработки данных семантического дифференциала, факторного анализа. Результатом факторного анализа является переход от множества исходных переменных к существенно меньшему числу новых переменных – **факторов** (фактор – это группа признаков, коррелирующих между собой и не коррелирующих с другими признаками.). С подробным описанием метода и обоснованием конкретных приемов его реализации можно познакомиться, обратившись к специализированной литературе⁷¹. Рассмотрим лишь общий алгоритм осуществления данной процедуры с использованием возможностей программы SPSS for Windows⁷².

Переносим массив анализируемых данных из MS Excel в SPSS.

⁷¹ Гусев А. Н., Измайлов Ч.А., Михалевская М.Б. Измерение в психологии: общий психологический практикум. М.: Смысл, 1998. 286 с.

Ермолаев О. Ю. Математическая статистика для психологов. М.: МПСИ, Флинта, 2003. 336 с.

Митина О.В. Математические методы в психологии: Практикум. М.: Аспект Пресс, 2008. 238 с.

Митина О. В., Михайловская И. Б. Факторный анализ для психологов. М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2001. 169 с.

Сидоренко Е.В. Методы математической обработки в психологии. СПб., Речь, 2007. 350 с.

Суходольский Г.В. Основы математической статистики для психологов. СПб.: Издательство СПбГУ, 1998. 464 с.

⁷² Подробнее о программе SPSS: Бююль А. Цёфель П. SPSS: Искусство обработки информации. Анализ статистических данных и восстановление скрытых закономерностей: Пер. с нем. СПб.: «ДиаСофтЮП», 2005. 608 с.

Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования: Анализ и интерпретация данных. СПб.: Речь, 2012. 392 с.

Официальный сайт: <http://www-01.ibm.com/software/analytics/spss/>

Рис 12. Копирование данных в SPSS

Для удобства дальнейшей работы можно подписать столбцы полученной нами матрицы данных. Для этого заходим во вкладку **View – Variables** (либо одновременное нажатие клавиш **CTRL** и **T**) и вносим названия оценочных шкал в столбец **Name**. **Важно:** названия необходимо вносить без пробелов, для разделения слов можно использовать нижнее подчеркивание.

Рис 13. Внесение названий шкал

В итоге получаем следующий вид анализируемой матрицы:

	пассивный_активный	тихий_громкий	яркий_тусклый	быстрый_медленный	опасный_безопасный	веселый_грустный	здоровый_нездоровый
1	0,86	0,24	-1,14	-1,33	-0,67	-0,19	1,05
2	1,76	2,14	-1,33	-1,10	-2,29	1,62	1,05
3	0,62	0,05	-1,29	-0,05	1,90	-2,00	1,05
4	0,14	-1,67	1,71	1,19	-2,19	1,81	1,05
5	2,29	2,10	-2,67	-1,62	1,81	-2,67	1,05
6	-0,52	-1,00	1,33	2,00	-2,24	2,81	1,05
7	0,19	-0,10	-0,48	-0,10	-1,48	1,86	1,05
8	0,62	1,19	0,33	-0,05	-2,67	1,71	1,05
9	1,52	0,57	-1,67	-1,76	0,14	-0,29	1,05
10	2,19	0,38	-1,48	0,05	1,29	-1,10	1,05

Рис 14. Матрица оценивания в SPSS с названиями анализируемых шкал

Осуществляем процедуру факторного анализа. Во вкладке *Analyze* выбираем раздел *Dimension Reduction*, затем *Factor*.

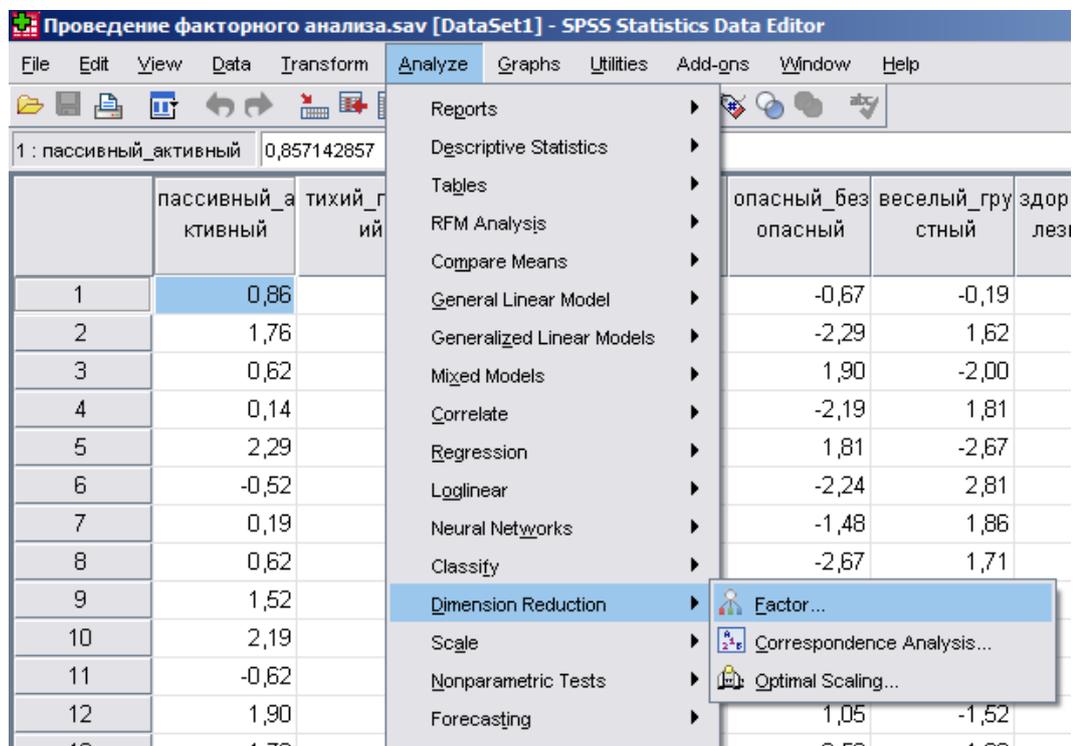


Рис 15. Осуществление факторного анализа

Дальнейшие действия производятся в появившемся окне *Factor Analysis*.

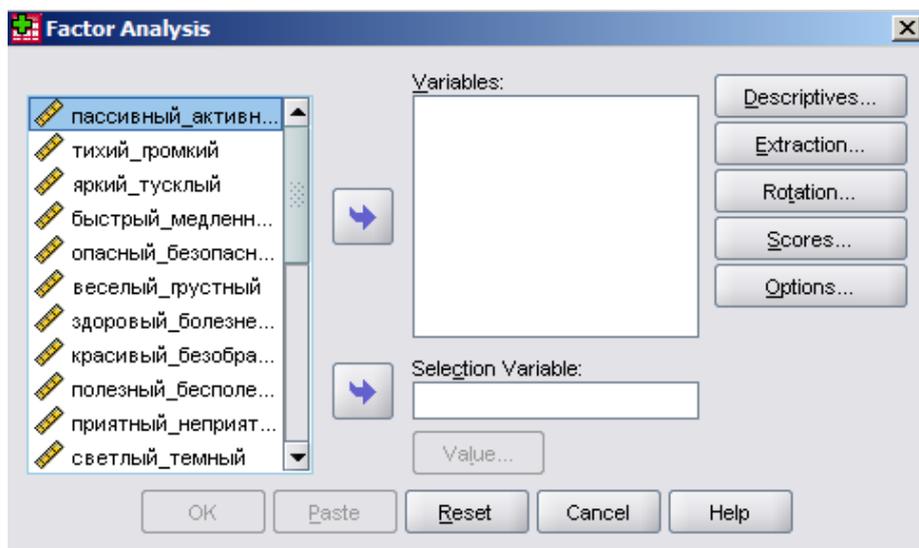


Рис 16. Осуществление факторного анализа

Во-первых, выделяем все анализируемые переменные и переносим их в поле *Variables*.

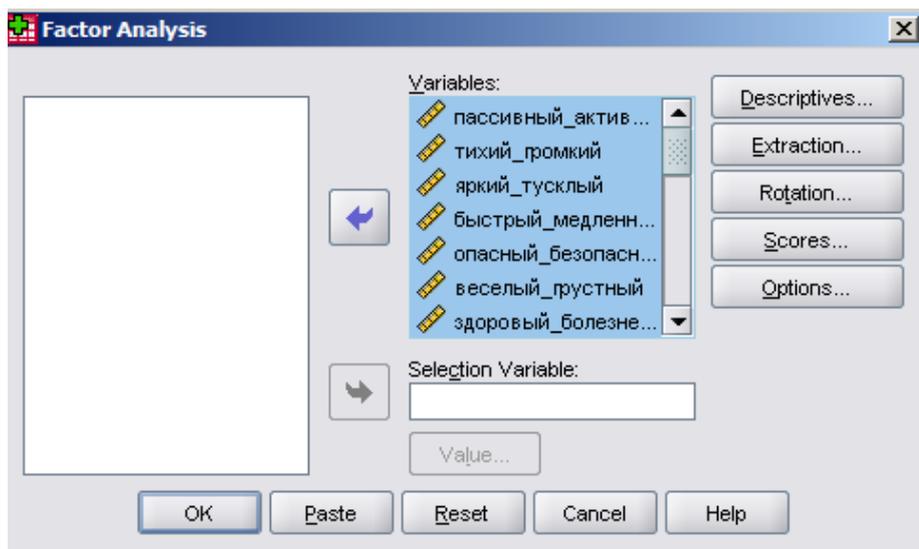


Рис 17. Осуществление факторного анализа

Во-вторых, изменяем ряд заданных по умолчанию параметров факторного анализа. В разделе *Descriptives* ничего не меняем. В разделе *Extraction*, если это необходимо, можно задать желаемое количество факторов. Как отмечает И.Л. Соломин, чем больше номер фактора, тем меньше показателей в него входит, количество факторов ограничивается номером фактора, в который еще входит более одного признака. Таким образом, как правило, для интерпретации результатов психосемантического исследования бывает достаточно первых двух-трех факторов, объединяющих наибольшее количество признаков. Поэтому для упрощения можно ограничиться вычислением нагрузок признаков лишь на первые несколько факторов. В этом случае о размерности семантического пространства

косвенно можно судить по информативности первого фактора. Чем больше признаков он включает, тем меньше их в оставшихся факторах, и тем меньше размерность семантического пространства⁷³.

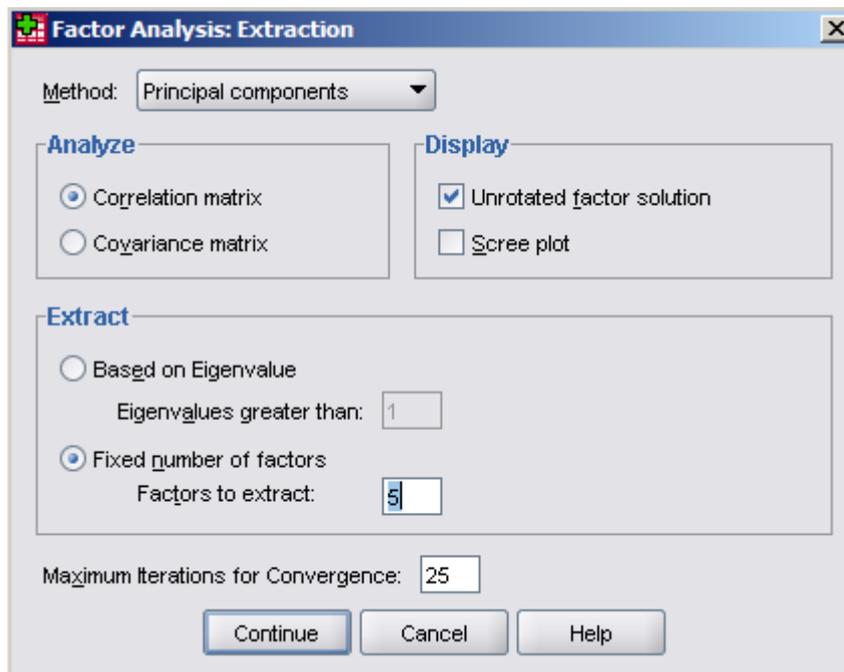


Рис 18. Осуществление факторного анализа

В разделе **Rotation** задаем метод вращения **Varimax**. Данная процедура позволяет преобразовать матрицу факторных коэффициентов в более простую за счет уменьшения числа переменных с высокими значениями нагрузок, усиливая тем самым, интерпретируемость факторов.

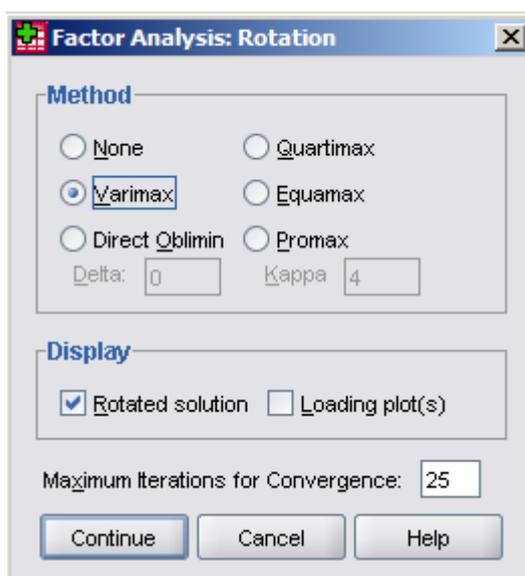


Рис 19. Осуществление факторного анализа

⁷³ Соломин И.Л. Указ. соч. С. 16

В разделе *Factor Scores* выбираем опцию сохранения значений факторов в файле данных *Save as Variables*.

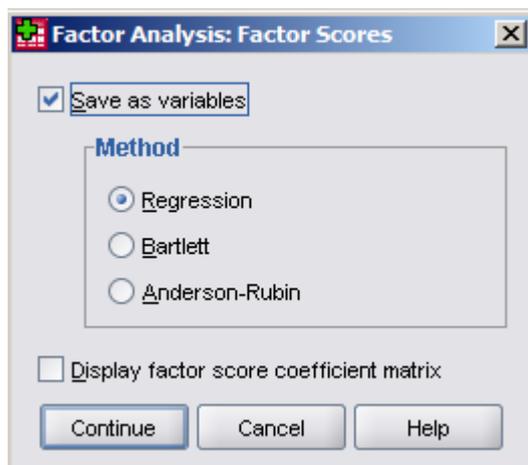


Рис 20. Осуществление факторного анализа

В разделе *Options* определяется формат представления таблицы факторных нагрузок. Для удобства интерпретации факторные нагрузки рекомендуется пересортировать (*Sorted by size*) таким образом, чтобы в начале были расположены исходные переменные, которые сильнее всего коррелируют с первым фактором, отсортированные по убыванию значений коэффициентов по модулю. Затем аналогичным образом будут расположены исходные переменные, сильнее всего коррелирующие со вторым фактором и т.д. Кроме того, рекомендуется задать наименьшее значение факторных нагрузок (факторная нагрузка тем больше, чем сильнее коррелирует тот или иной признак с фактором), отображаемое в итоговой таблице (например, 0,5 по модулю – *Suppress small coefficients*).

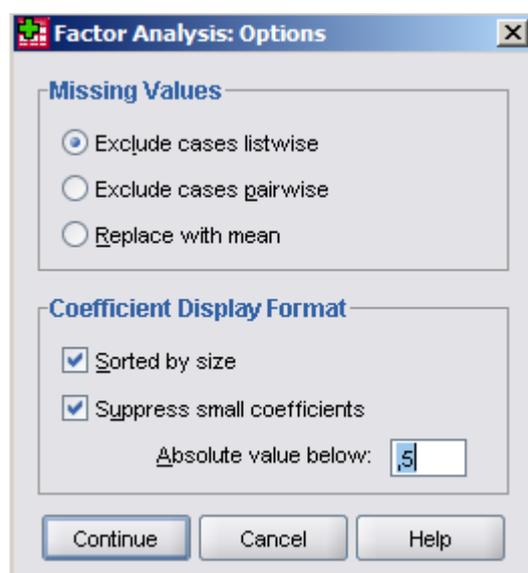


Рис 21. Осуществление факторного анализа

После этого нажимаем на **OK** в окне факторного анализа (Рис. 17) Появляется новый документ – **Output**, – содержащий результаты осуществленного факторного анализа.

	Initial	Extraction
пассивный_активный	1,000	,861
тихий_громкий	1,000	,955
яркий_тусклый	1,000	,916
быстрый_медленный	1,000	,845
опасный_безопасный	1,000	,971
веселый_грустный	1,000	,976
здоровый_болезненный	1,000	,960
красивый_безобразный	1,000	,982
полезный_бесполезный	1,000	,990
приятный_неприятный	1,000	,981

Рис 22. Файл с результатами факторного анализа

Кроме того, в исходном файле с данными появляются дополнительные столбцы, содержащие значения факторов. Именно эти значения мы будем использовать для построения семантических пространств исследуемых объектов (см. параграф 2.9).

	дочный отичны й	устойчивый изменчивый	FAC1_1	FAC2_1	FAC3_1	FAC4_1	FAC5_1
1	0,14	0,76	-0,03199	-0,56754	-1,57235	-0,00436	0,73765
2	1,38	1,86	1,24613	-1,94582	0,18631	-0,21208	0,27267
3	0,33	0,48	-1,60309	0,70173	-0,19094	0,17514	-0,72669
4	0,14	-0,05	0,36133	1,48755	-0,28955	0,49917	-1,21938
5	1,00	0,90	-1,34588	-0,90128	0,40464	0,03332	0,43293
6	0,81	0,71	0,98804	0,82830	-0,77763	-0,76330	0,57107
7	0,48	0,33	0,63929	0,64779	0,47470	-0,06030	-0,40037
8	1,57	-0,05	0,86087	0,02218	-0,81743	1,67918	-1,69932
9	0,71	1,24	-0,31275	-0,69674	-1,18305	0,39036	1,89055
10	-0,33	0,33	-1,07733	-0,76808	-1,86716	-1,81229	-0,31239
11	-0,48	-0,52	-0,45222	1,54289	0,45137	-2,39445	-0,74755
12	0,90	1,19	-0,48945	-0,03499	2,52558	0,12462	0,83466

Рис 23. Файл с результатами факторного анализа

Для дальнейшего анализа понадобятся таблицы **Total Variance Explained** и **Rotated Component Matrix** из файла **Output**. Эти данные будут

использоваться в процессе интерпретации полученных результатов (см. параграф 2.10).

Total Variance Explained

Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
13,502	54,007	54,007	11,639	46,555	46,555
4,641	18,565	72,571	5,571	22,283	68,838
1,883	7,533	80,104	2,047	8,188	77,026
1,370	5,481	85,585	1,840	7,359	84,385
1,184	4,737	90,322	1,484	5,937	90,322

Рис 24. Файл с результатами факторного анализа

	Component				
	1	2	3	4	5
грубый_нежный	-,968				
опасный_безопасный	-,966				
приятный_неприятный	,962				
светлый_темный	,961				
красивый_безобразный	,951				
теплый_холодный	,948				
веселый_грустный	,940				
здоровый_болезненный	,935				
полезный_бесполезный	,933				
тяжелый_легкий	-,884				
живой_безжизненный	,841				
осознанный_неосознанный	,731				

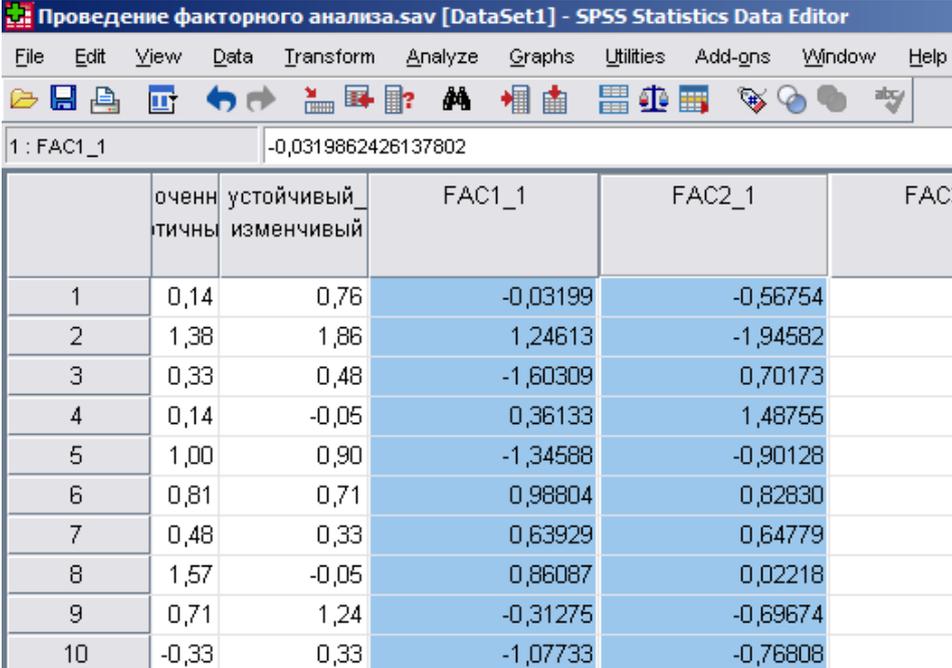
Рис 25. Файл с результатами факторного анализа

2.9. Графическое представление данных

И.Л. Соломин отмечает, что поскольку факторы соответствуют действительно независимым субъективным признакам, их можно представить как прямоугольные оси координат. Тогда каждому объекту соответствует некоторая точка, проекции которой на оси координат выражают значение факторных оценок данного объекта. Графическое представление объектов в виде точек в пространстве двух независимых признаков называется двумерной диаграммой рассеивания, или

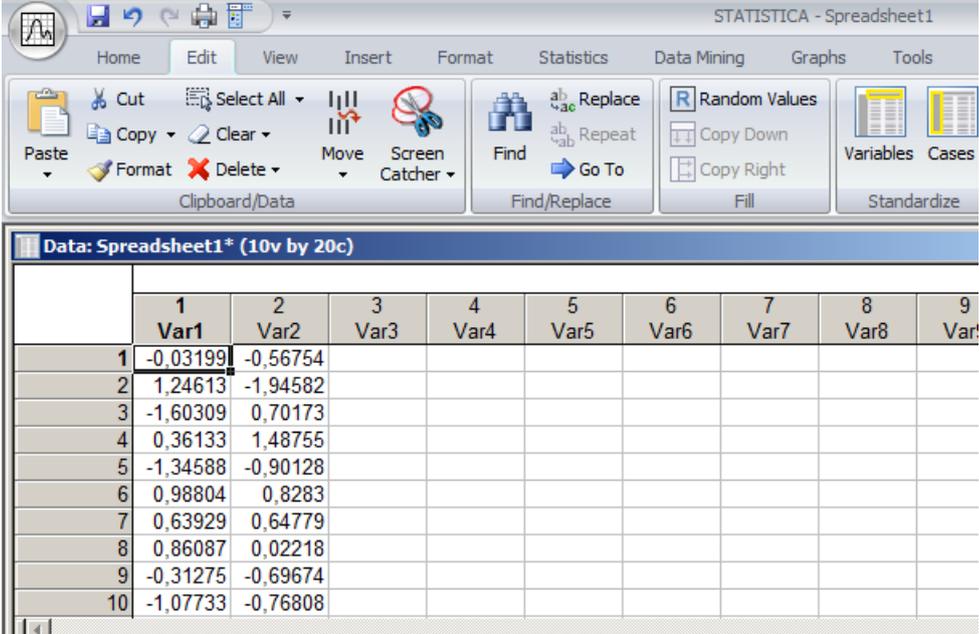
*скатерграммой*⁷⁴. Для построения скатерграмм семантических пространств рекомендуется использовать программу STATISTICA⁷⁵.

Сначала скопируем в STATISTICA значения факторов из таблицы с данными в SPSS:



	оченн итичны	устойчивый_ изменчивый	FAC1_1	FAC2_1	FAC3_1
1	0,14	0,76	-0,03199	-0,56754	
2	1,38	1,86	1,24613	-1,94582	
3	0,33	0,48	-1,60309	0,70173	
4	0,14	-0,05	0,36133	1,48755	
5	1,00	0,90	-1,34588	-0,90128	
6	0,81	0,71	0,98804	0,82830	
7	0,48	0,33	0,63929	0,64779	
8	1,57	-0,05	0,86087	0,02218	
9	0,71	1,24	-0,31275	-0,69674	
10	-0,33	0,33	-1,07733	-0,76808	

Рис 26. Значения факторов в SPSS



	1 Var1	2 Var2	3 Var3	4 Var4	5 Var5	6 Var6	7 Var7	8 Var8	9 Var9	10 Var10
1	-0,03199	-0,56754								
2	1,24613	-1,94582								
3	-1,60309	0,70173								
4	0,36133	1,48755								
5	-1,34588	-0,90128								
6	0,98804	0,82830								
7	0,63929	0,64779								
8	0,86087	0,02218								
9	-0,31275	-0,69674								
10	-1,07733	-0,76808								

Рис 27. Данные, перенесенные в STATISTICA

Дважды кликнув по строкам и столбцам, переименуем их (далее

⁷⁴ Соломин И.Л. Указ. соч. С. 16.

⁷⁵ Подробнее о программе STATISTICA: Боровиков В.П. Популярное введение в современный анализ данных в системе STATISTICA. М.: Горячая линия-Телеком, 2013. 288 с. Официальный сайт: <http://www.statsoft.ru/>

приводится пример: строки в реальном исследовании переименовываются в соответствии с изучаемыми объектами, например «Я сам», «Радость», «Профессиональный психолог» и т.п.; столбцы – в соответствии с названиями факторов – см. параграф 2.10).

The screenshot shows the STATISTICA software interface with a spreadsheet titled "Data: Spreadsheet1* (10v by 20c)". The spreadsheet contains the following data:

	1 Ф 1	2 Ф 2	3 Var3	4 Var4	5 Var5	6 Var6	7 Var7	Va
Объект 1	-0,03199	-0,56754						
Объект 2	1,24613	-1,94582						
Объект 3	-1,60309	0,70173						
Объект 4	0,36133	1,48755						
Объект 5	-1,34588	-0,90128						
Объект 6	0,98804	0,8283						
Объект 7	0,63929	0,64779						
Объект 8	0,86087	0,02218						
Объект 9	-0,31275	-0,69674						
Объект 10	-1,07733	-0,76808						

Рис 28. Данные, перенесенные в STATISTICA

Переходим в раздел *Graphs – Scatterplot*.

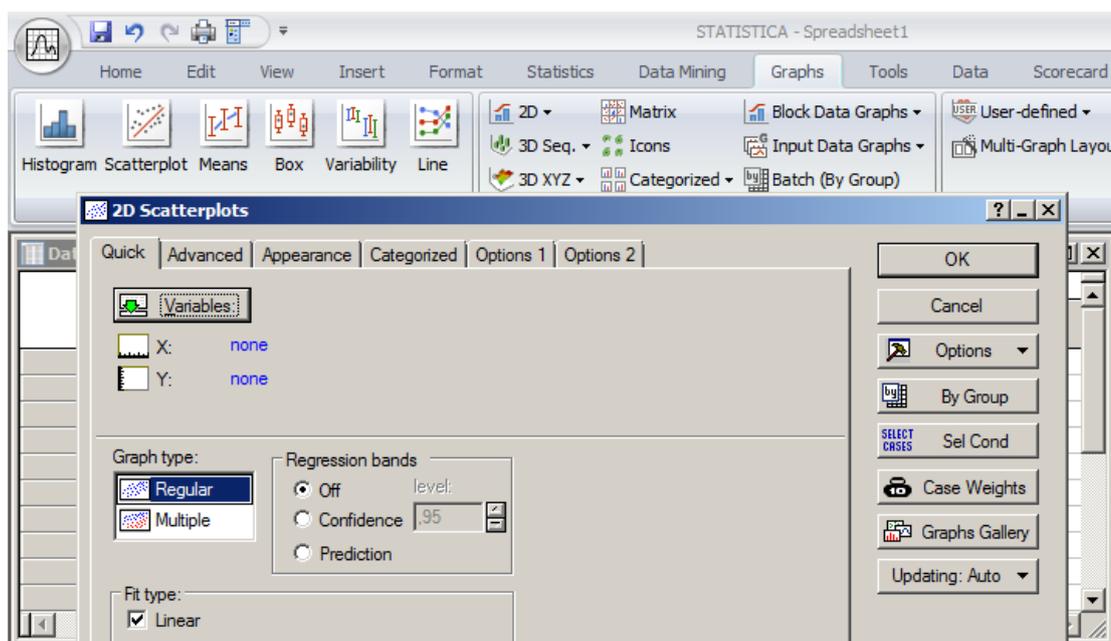


Рис 29. Построение скатерграммы в STATISTICA

Выбираем переменные для построения графика.

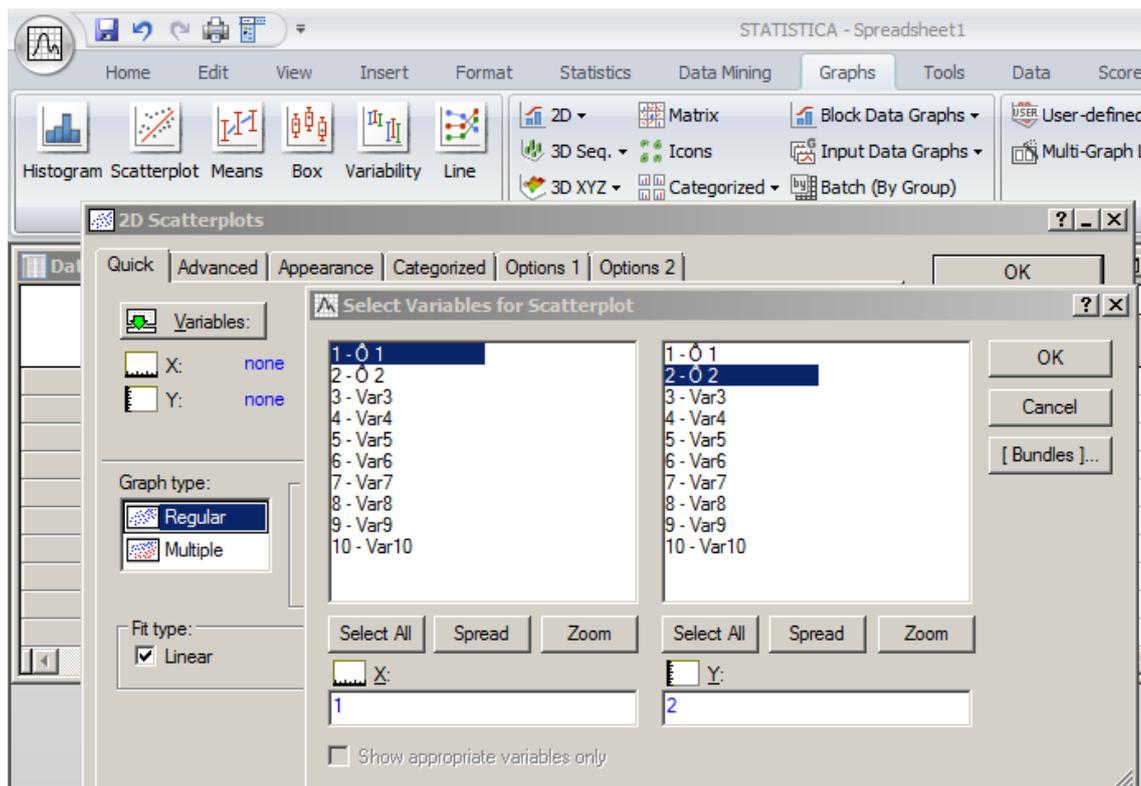


Рис 30. Построение скатерграммы в STATISTICA

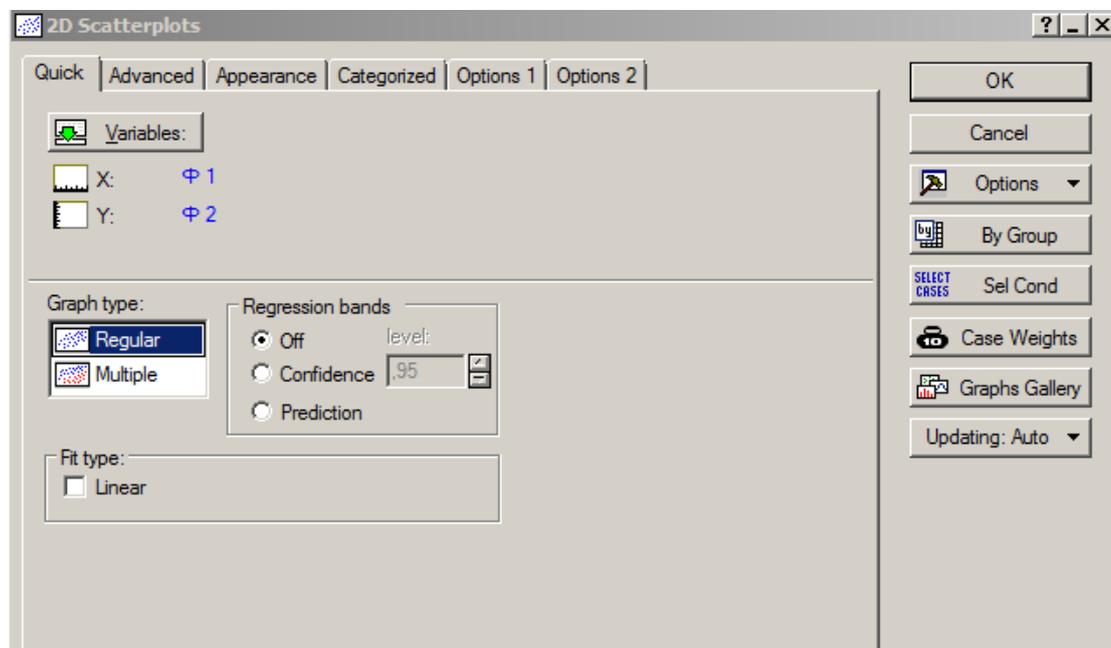


Рис 31. Построение скатерграммы в STATISTICA

Во вкладках *Advanced*, *Appearance*, *Categorized* ничего не меняем. Во вкладке *Options 1* снимаем галочку с *Title* и отмечаем галочкой *Display case labels*.

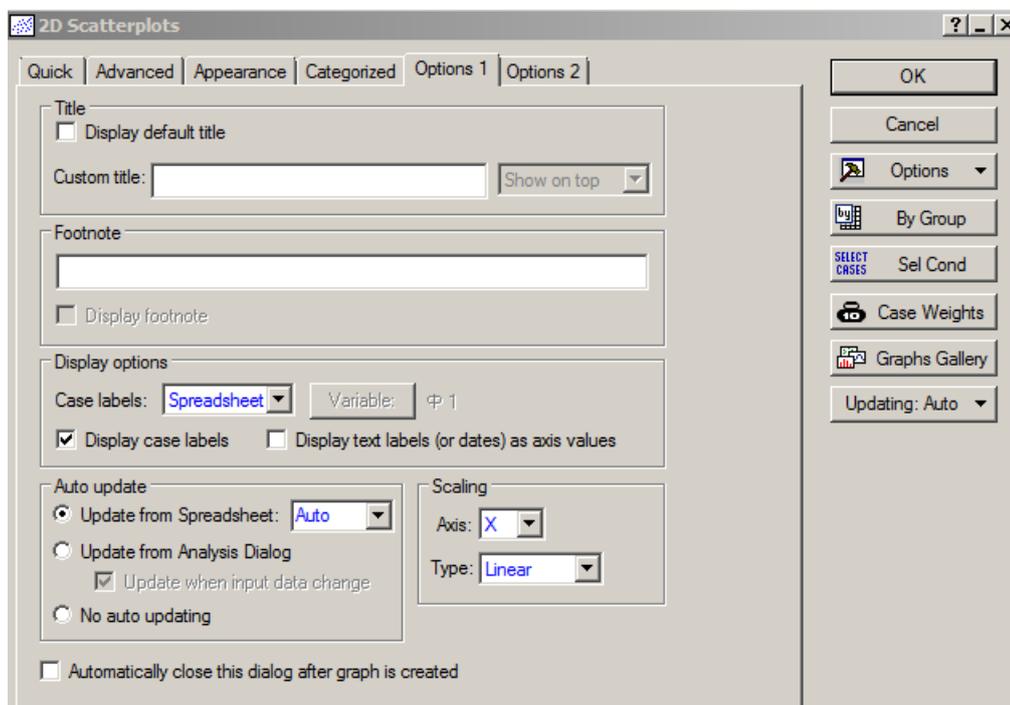


Рис 32. Построение скатерграммы в STATISTICA

Во вкладке Options 2 меняем *Display fit expression* с *In title* на *Off*

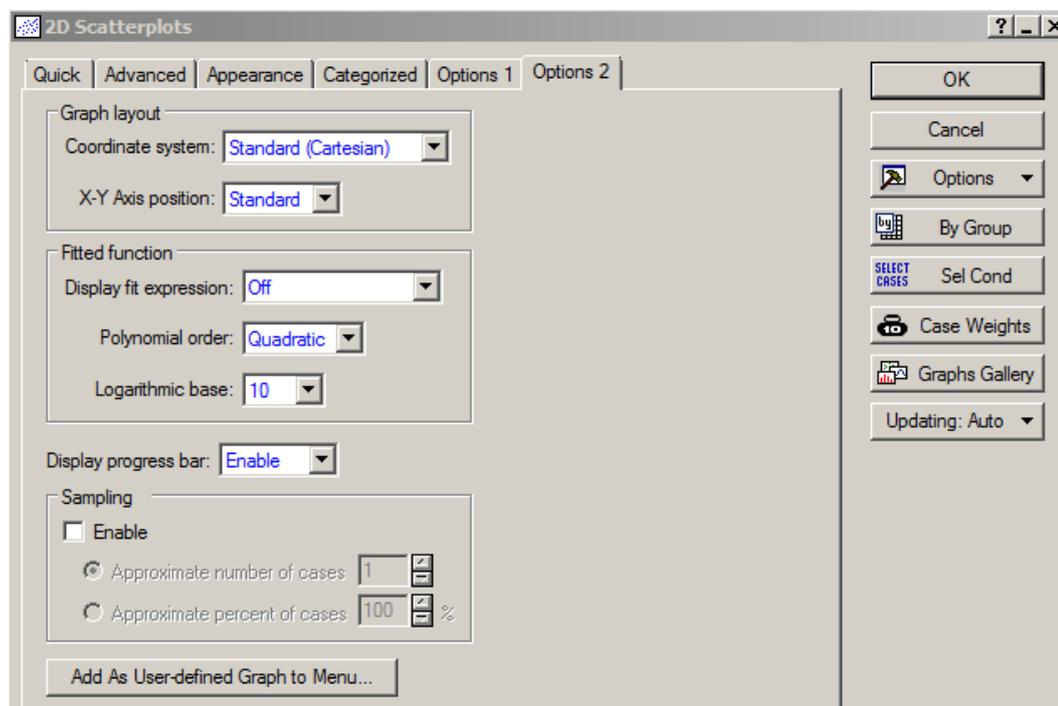


Рис 33. Построение скатерграммы в STATISTICA

В итоге получаем следующее изображение:

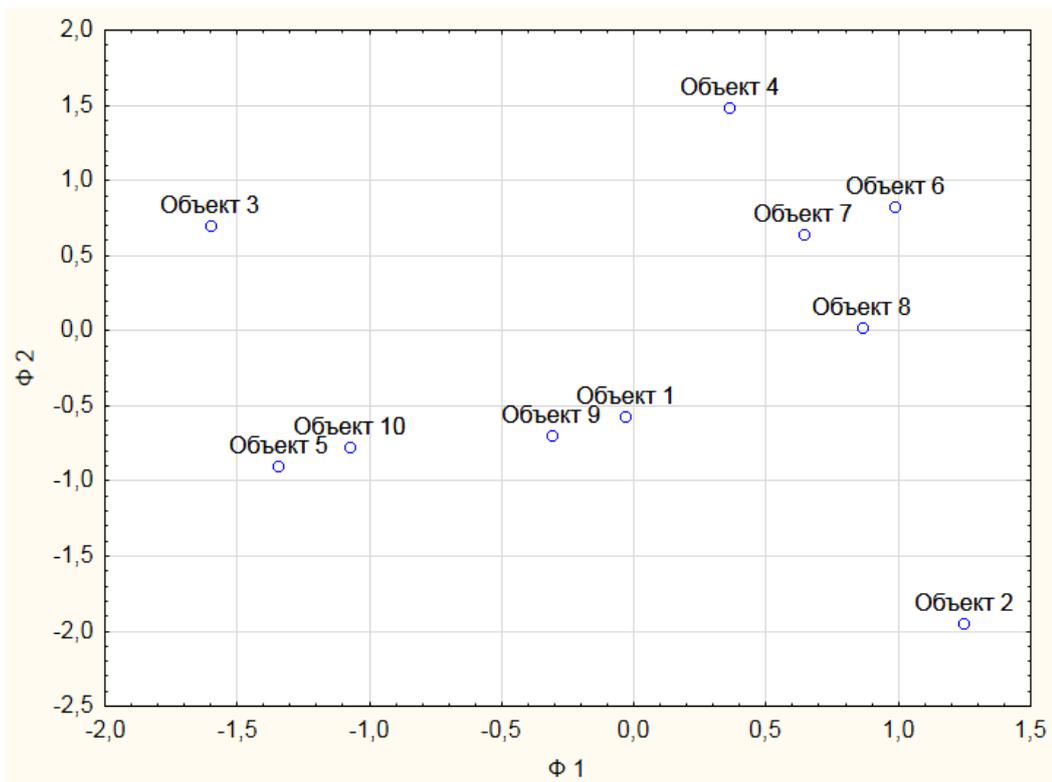


Рис 34. Построение скатерграммы в STATISTICA

Наведем мышку на символ (маркер), обозначающий точку расположения объекта на графике, дважды кликнем по нему и войдем в меню *Graph Options*.

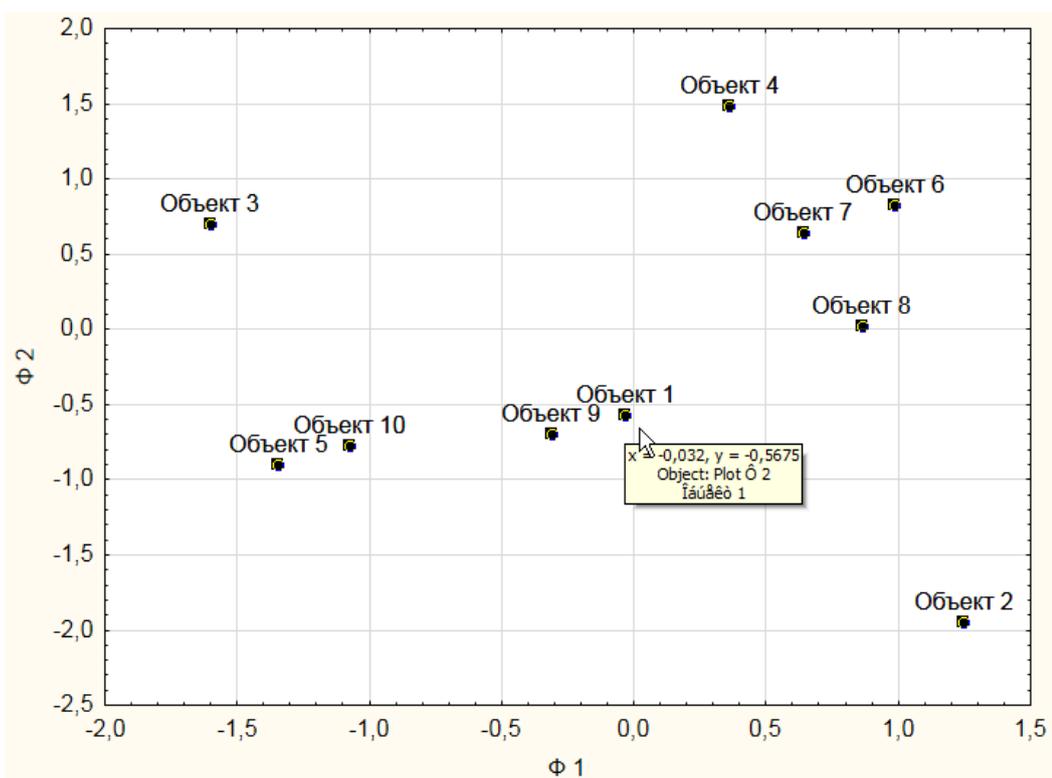


Рис 35. Построение скатерграммы в STATISTICA

В меню *Graph options* изменим значок маркера на более отчетливый.

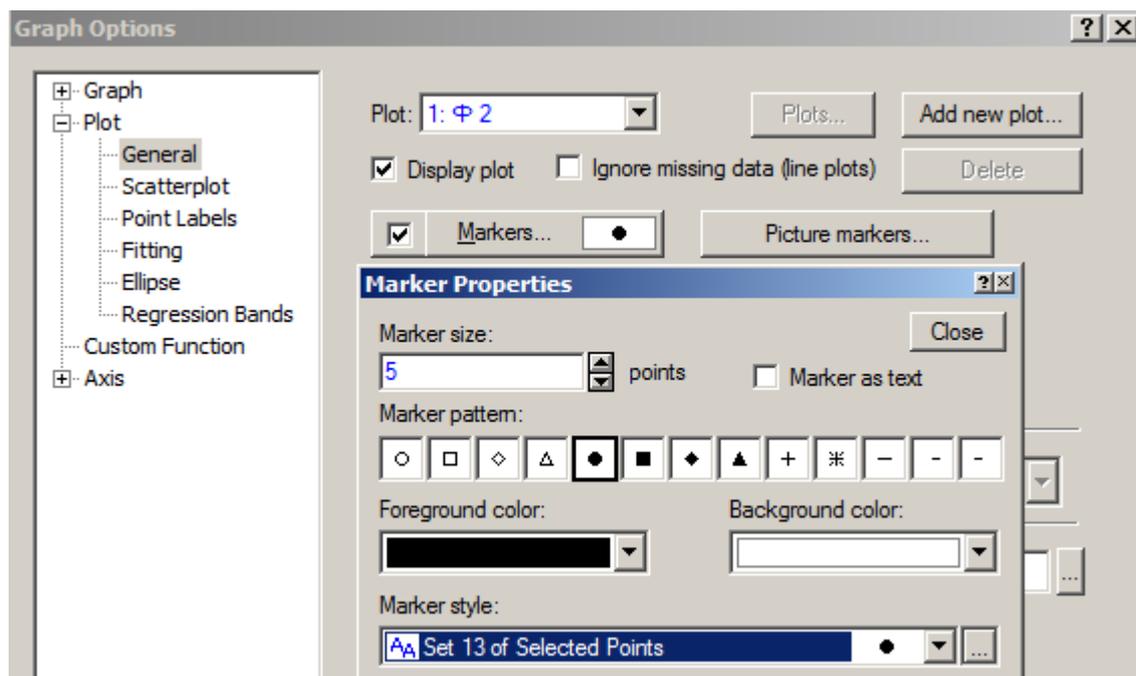


Рис 36. Построение скатерграммы в STATISTICA

Полученный график через функцию копирования можно перенести в любую другую программу.

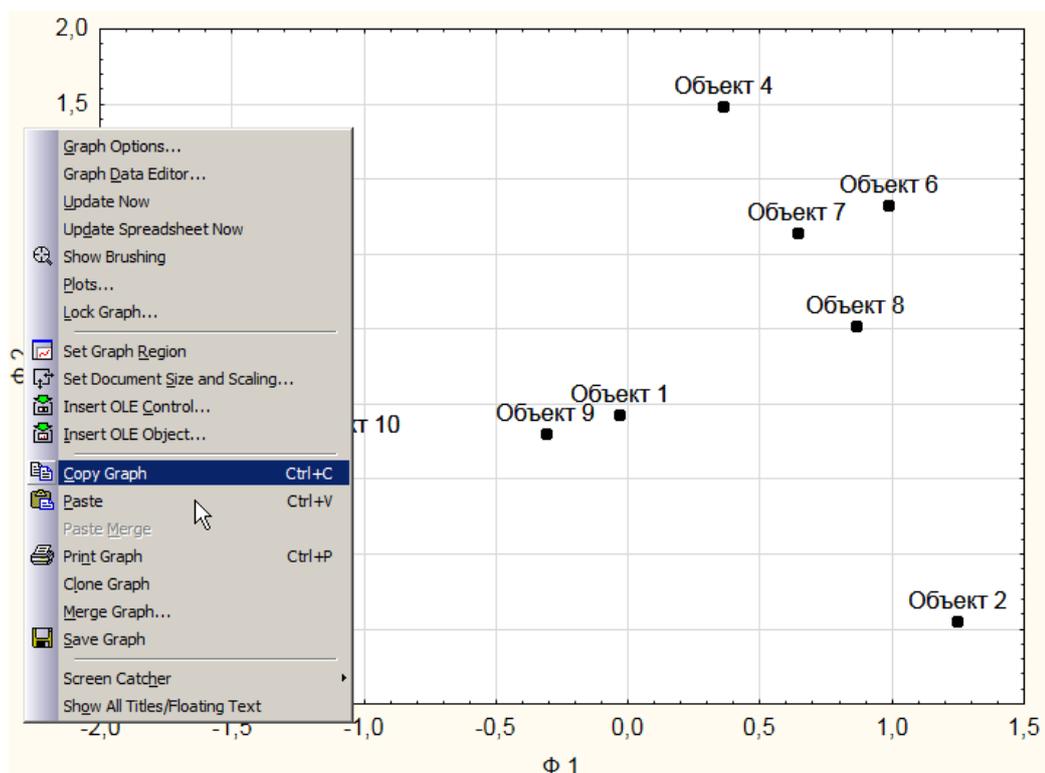


Рис 37. График, построенный в STATISTICA

Дальнейшее редактирование изображение (рисование осей, выделение зон и объектов) можно осуществлять в любом графическом редакторе (например, MS Paint).

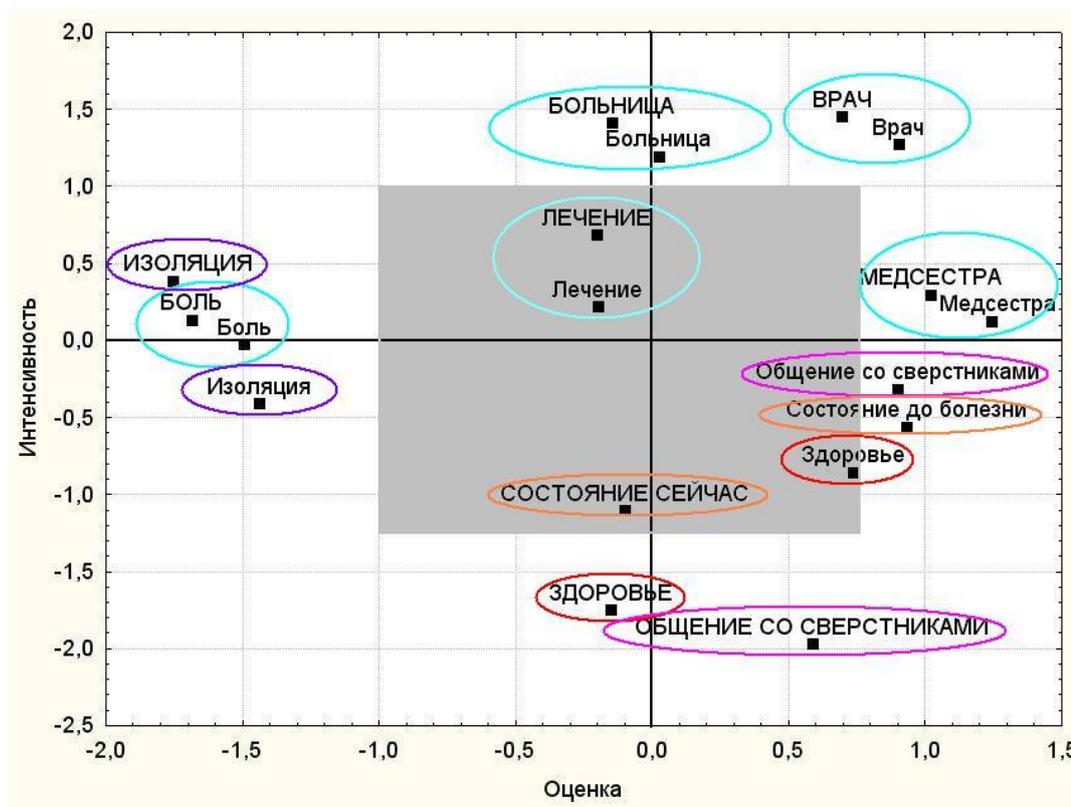


Рис. 38. Итоговое графическое отображение семантического пространства

2.10. Интерпретация результатов исследования

Как отмечает И.Л. Соломин, интерпретация результатов экспериментального психосемантического исследования представляет собой наиболее эвристический, наименее алгоритмизированный этап, зависящий от содержания исследуемой области сознания⁷⁶.

Первым этапом интерпретации является *наименование и определение числа анализируемых факторов*. И.Л. Соломин выделяет два более или менее формальных принципа, универсальных для любого психосемантического метода и используемых для обозначения факторов – это принципы общего смысла и маркировки.

Принцип общего смысла основан на поиске смысла, который является общим для кластера или фактора. Этот общий смысл необходимо обозначить некоторым термином, который так или иначе обобщал бы входящие в группу

⁷⁶ Соломин И.Л. Указ. соч. С. 17.

объекты или признаки и мог бы служить их заместителем при дальнейшем анализе результатов. Для этого по каждому фактору выписываются наименования (обозначения) переменных, имеющих наибольшие нагрузки по этому фактору. При этом обязательно учитывается знак факторной нагрузки переменной: если знак отрицательный, это отмечается как противоположный полюс фактора (см. Рис. 39).

	Rotated Component Matrix				
	Component				
	1	2	3	4	5
грубый - нежный	-,968				
опасный - безопасный	-,966				
приятный - неприятный	,962				
светлый - темный	,961				
красивый - безобразный	,951				
теплый - холодный	,948				
веселый - грустный	,940				
здоровый - болезненный	,935				
полезный - бесполезный	,933				
тяжелый - легкий	-,884				
живой - безжизненный	,841				
осознанный - неосознанный	,731				
движущийся - неподвижный		,853			
сильный - слабый		,823			
тихий - громкий		-,811			
пассивный - активный		-,773			
быстрый - медленный		,766			
устойчивый - изменчивый		-,750			
большой - маленький		,745			
яркий - тусклый	,632	,645			
кратковременный - длительный			-,862		
сложный - простой	-,564		,623		
таинственный - обычный				,834	
упорядоченный - хаотичный				,613	
конкретный - абстрактный					,897

Рис. 39. Таблица с факторными нагрузками, перенесенная из SPSS в текстовый редактор, на первом этапе интерпретации

После такого просмотра всех факторов каждому из них присваивается наименование, обобщающее по смыслу включенные в него переменные. Так, в рассматриваемом примере первый фактор может быть обозначен как «Оценка» (*грубый, опасный, неприятный, темный, безобразный, холодный, грустный, болезненный, бесполезный, тяжелый, безжизненный,*

неосознанный, тусклый, сложный), второй – «Активность» (неподвижный, слабый, тихий, пассивный, устойчивый, маленький, тусклый) и т.д. Кроме того, в рассматриваемом случае оба фактора отражают отрицательный полюс обозначаемых ими явлений. В связи с этим при построении графических отображений семантических пространств рекомендуется изменить значения факторов на противоположные по модулю с тем, чтобы график имел традиционный, привычный для восприятия вид, когда в левой части отмечаются отрицательные, а в правой – положительные значения фактора.⁷⁷

Принцип маркировки используется тогда, когда трудно подобрать термин, обобщающий вошедшие в фактор характеристики: допускается наименование фактора по имени переменной, имеющей по сравнению с другими наибольшую нагрузку по этому фактору. Так, в рассматриваемом примере третий фактор может быть обозначен как «Длительность», а четвертый – как «Таинственность».

Другой не менее важный расчетный показатель значимости каждого фактора – процент объясняемой дисперсии переменных, содержащейся в корреляционной матрице. Естественно, что все 100% дисперсии будут объясняться только всеми выделенными факторами. Однако считается, что ряд выделенных факторов отражает влияние случайных процессов, никак не связанных с оценкой наблюдаемых переменных. Таким образом, формально задача заключается в том, чтобы, с одной стороны, выбрать некоторое минимальное количество факторов, которые бы, с другой стороны, объясняли достаточно большой процент всей дисперсии переменных. Принято считать, что при хорошем факторном решении выбирают столько факторов, чтобы они в сумме объясняли не менее 70-75%. В хорошо спланированных исследованиях с установленной факторной структурой этот суммарный процент может достигать 85-90 %⁷⁸. В ряде случаев допустимым считается даже 60% объяснимой дисперсии. В рассматриваемом примере выделено пять значимых факторов, совокупно объясняющих 90,3% общей дисперсии (см. Рис. 40: рассматривается крайняя правая часть таблицы *Total Variance Explained: Rotation Sums of Squared Loadings* столбец *% of Variance* (процент по каждому фактору) и *Cumulative %* (совокупный процент). На наш взгляд, в ходе дальнейшего анализа вполне допустимо опустить пятый фактор, в который входит только одна шкала «конкретный-абстрактный».

⁷⁷ Подробнее: Серкин В.П. Указ. соч. С. 94-95.: «Это происходит потому, что заложенные в современные статпрограммы процедуры факторного анализа позволяют выделять только факторную ось, а не полноценный (однонаправленный) вектор. Учитывая это, экспериментатор произвольно меняет названия некоторых факторов на обратные (антонимичные), более соответствующие результатам первичного оценивания. Формально исследователь имеет на это право, так как направление вектора не определено».

⁷⁸ Гусев А. Н., Измайлов Ч.А., Михалевская М.Б. Указ. соч. С. 229-230.

Total Variance Explained

Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
13,502	54,007	54,007	11,639	46,555	46,555
4,641	18,565	72,571	5,571	22,283	68,838
1,883	7,533	80,104	2,047	8,188	77,026
1,370	5,481	85,585	1,840	7,359	84,385
1,184	4,737	90,322	1,484	5,937	90,322

Рис. 40. Фрагмент таблицы из итогового файла SPSS с результатами факторного анализа, содержащий данные о проценте объяснимой дисперсии

По мнению В.П. Серкина указанные процедуры вносят еще больший элемент субъективности в процедуру факторного анализа:

«Результаты факторного анализа часто представляются интересными для качественного анализа, но необходимо помнить, что *чаще всего названия факторов выбраны самим исследователем, имеющим свое развернутое представление о стимуле и о предполагаемых результатах*. Для некоторого снятия элемента субъективности можно предложить обработку матрицы результатов независимому специалисту, а выбор обобщающих названий факторов группе независимых экспертов.

Несмотря на описанные недостатки факторного анализа, этот метод редукции данных получил широкое распространение, благодаря одному своему *несомненному достоинству: факторный анализ позволяет приблизиться к интегративной структуре данных сразу по совокупности нескольких шкал оценки стимула испытуемыми*. Другими словами, факторный анализ позволяет выявить скрытую от экспериментатора (имплицитную) структуру больших матриц данных. Предполагается также, что названные факторы показывают экспериментатору именно те категории (или шкалы), которые значимы для группы испытуемых при оценке именно избранной группы стимулов»⁷⁹.

Второй этап интерпретации – это ***анализ расположения оцениваемых объектов в семантическом пространстве***.

Анализируя способы обработки данных биполярного семантического дифференциала, использованные Е.Ю. Артемьевой, В.П. Серкин приводит следующее правило: простейшая обработка результатов сводится к выбору признаков оцениваемого объекта, которые названы не менее чем 75% испытуемых (для группы не менее 25 человек). Совокупность таких признаков является семантической универсалией оцениваемого объекта⁸⁰. Иными словами, если среднегрупповая оценка по какой-либо шкале семантического дифференциала сдвигается к какому-либо максимальному значению оценки, это значит, что и индивидуальные оценки большинства

⁷⁹ Серкин В.П. Указ. соч. С. 96-97.

⁸⁰ Серкин В.П. Указ. соч. С. 91.

членов группы сдвигаются к этому максимальному значению. На этом основании Е.Ю. Артемьева сформулировала следующий прикладной алгоритм выделения семантических универсалий оценок стимулов с использованием шкалированного семантического дифференциала: на отрезке числовой оси (-3; +3) выстраивается интервал размаха среднегрупповых оценок по всем шкалам (от максимальной по модулю отрицательной средней оценки для всех шкал до максимальной положительной). Для выделения 75% (квартильной) универсалии от концов интервала размаха отступается 25% (четверть) его длины. Все полюса (качества) шкал, средние оценки по которым располагаются на числовой оси ближе к концам интервала размаха, чем четверть его длины, записываются как составляющие квартильной универсалии. Сама величина интервала (размах) среднегрупповых оценок по всем шкалам служит косвенным показателем групповой сплоченности оценивания. Так, например, если испытуемые оценивают стимул, используя полярные значения, то размах интервала оценивания будет близок к 6 (от - 3 до + 3). Если же разные испытуемые приписывают стимулу то положительную, то отрицательную оценку, средняя оценка приближается к нулевой, размах интервала оценивания уменьшается⁸¹.

Принимая во внимание указанную закономерность, при анализе размещения объектов в семантическом пространстве мы рекомендуем рассматривать лишь те из них, которые не входят в зону средних значений по шкале (см. Рис. 41) – интервал, охватывающий 50% размаха по анализируемому фактору (обозначен серой заливкой).

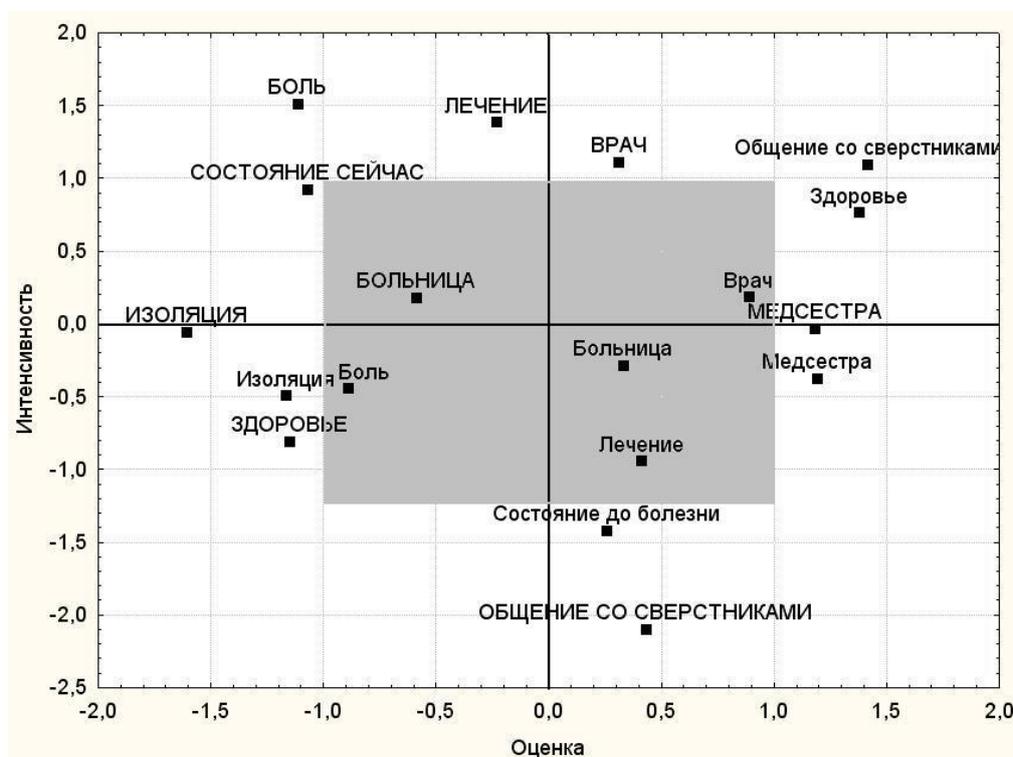


Рис. 41. Графическое отображение семантического пространства

⁸¹ Серкин В.П. Указ. соч. С. 90.

Третий этап – это *обобщение всех результатов, полученных в ходе факторного анализа, и соотнесение их с данными других методов и методик, использованных в ходе исследования.* С примерами итоговой интерпретации можно познакомиться в Приложении к данному пособию.

Практические задания

1. Проанализируйте результаты факторного анализа и дайте названия выделенным факторам.

Цель исследования: изучение специфики образа политических деятелей в период предвыборной кампании у избирателей разного возраста.

Объекты оценивания: «политик А», «политик В», «политик С», «политик D», «политик Е», «политик F», «Я сам», «мой идеал политика», «политик будущего», «политик прошлого», «лидер», «деловой человек», «трудолюбивый человек», «умный человек», «проходимец», «презираемый мною человек», «президент республики».

Шкалы	Факторы				
	1	2	3	4	5
Доля объяснимой дисперсии	41,2	21,7	12,3	10,3	6,9
Движущийся - неподвижный	,922				
Быстрый - медленный	,894				
Здоровый - болезненный	,887				
Пассивный - активный	-,850				
Яркий - тусклый	,839				
Живой - безжизненный	,808				
Страстный - равнодушный	,794				
Веселый - грустный	,790				
Тяжелый - легкий	-,783				
Несчастный - счастливый	-,752				
Сильный - слабый	,747	,545			
Неограниченный - ограниченный	,732	,559			
Красивый - безобразный	,673				
Приятный - неприятный	,661	,540			
Густой - жидкий	,622	,581			

Полезный - бесполезный	,605	,520			
Чистый - грязный	,581	,550			
Кратковременный - длительный		-,835			
Плавный - порывистый		,772			
Устойчивый - изменчивый	,526	,693			
Большой - маленький	,501	,673			
Осознанный - неосознанный	,584	,653			
Светлый - темный	,561	,644			
Сложный - простой			-,890		
Таинственный - обычный			-,874		
Теплый - холодный				,608	
Жестокий - добрый				-,600	
Грубый - нежный	-,559			-,576	
Упругий - пластичный					,835
Тихий - громкий					-,745

Пример описания:

Первый фактор (54,1% общей дисперсии) включает такие признаки, как:

грустный / 0,973

безобразный / 0,953

неприятный / 0,950

болезненный / 0,936

опасный / -0,931

...

Содержание признаков, входящих в фактор, позволяют интерпретировать его как «Оценка».

2. Проанализируйте график семантического пространства (Рис. 42) построенного по результатам факторного анализа (задание 1), опишите и проинтерпретируйте его по примеру приведенных в Приложении статей.

3. Проанализируйте приведенные в Приложении исследования. Насколько, на ваш взгляд, обоснован выбор используемых авторами исследовательских методов и процедур? Как бы вы на месте авторов изменили дизайн исследований для достижения поставленных целей и задач.

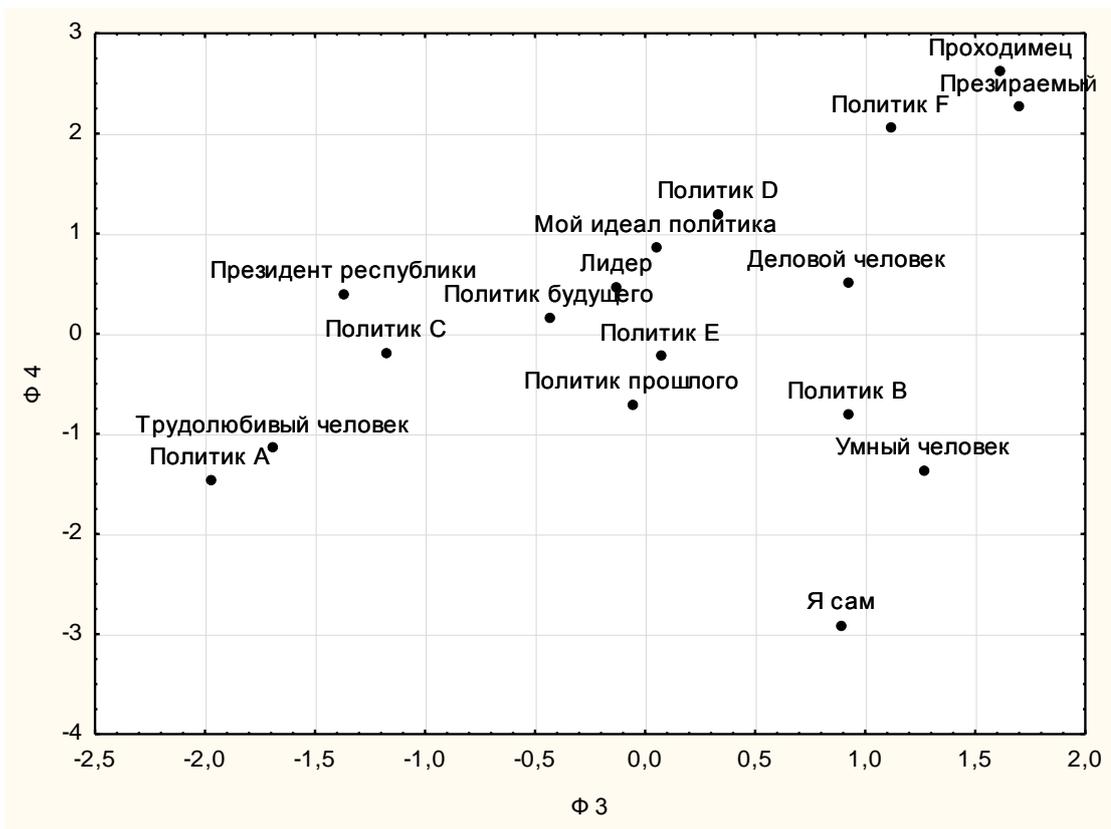


Рис. 42. Графическое отображение семантического пространства

Список рекомендуемой литературы к разделу 2

1. Агапова И.Ю. Восприятие рекламы: методика использования репертуарных решеток для формирования биполярных шкал семантического дифференциала // Социология: 4М. – 1999. – № 11. – С. 73-100.
2. Литягина Е.В. Психосемантика: основы курса и фрагменты первоисточников. – Самара: «Универс-групп», 2009. – 260 с.
3. Митина О. В., Михайловская И. Б. Факторный анализ для психологов. – М.: Учебно-методический коллектор «Психология», 2001. – 169 с.
4. Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования: Анализ и интерпретация данных. – СПб.: Речь, 2012. – 392 с.
5. Петренко В.Ф. Основы психосемантики: Учеб. пособие. – Смоленск: Изд-во СГУ, 1997. – 400 с.
6. Психосемантика слова и лингвостатистика текста: Методические рекомендации к спецкурсу / сост. А.П. Варфоломеев; Калинингр. ун-т. – Калининград, 2000. – 37 с.
7. Серкин В.П. Алгоритм разработки и бланки специализированных семантических дифференциалов для оценки работы, профессии и профессионала // Психологическая диагностика. – 2007. – № 5. – С. 11-29.
8. Серкин В.П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики: Учебное пособие для вузов. – М.: Издательство «ПЧЕЛА», 2008. – 382 с.
9. Соломин И.Л. Практикум по психодиагностике. Психосемантические методы: учеб.-метод. пособие. – СПб.: Петербургский гос. ун-т путей сообщения, 2013. – 96 с.
10. Эткинд А.М. Опыт теоретической интерпретации семантического дифференциала // Вопросы психологии. – 1979. – № 1. – С. 17-21.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Статья 1.

В.Ю. Хотинец, О.В. Кожевникова

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ТРАНСКРИПЦИИ УДМУРТАМИ И РУССКИМИ ⁸²

Обучение детей иностранному языку, в частности, транскрипции английского языка, может строиться на основе образов-представлений или образных репрезентаций, содержательными компонентами которых могут, в частности, являться этномифологические элементы – составляющие этнической картины мира. В статье приводятся результаты исследования психологических закономерностей формирования образных репрезентаций транскрипционных знаков английского языка в процессе его изучения учащимися различных этногрупп. Представлены данные экспериментальной проверки эффективности программы обучения транскрипции английского языка на этнокультурной основе, т.е. с использованием этнодидактического приёма.

Ключевые слова: образные репрезентации, этническая картина мира, мифологические элементы культуры.

Современные тенденции модернизации образования, проявляющиеся в переходе российской образовательной системы на новую содержательную и технологическую модель, диктуют необходимость в дальнейшем развитии природосообразных и культуросообразных технологий образования и психологического сопровождения процесса обучения. Поиск эффективных способов преподавания иностранного языка обусловлен возрастающей потребностью общества в развитии межкультурной коммуникации, самым распространенным средством которой считается современный английский язык. Расширение коммуникативного пространства и необходимость включения инновационных технологий в профессиональный инструментарий современного субъекта деятельности повышают субъективную значимость владения иностранным языком как интериоризированным инструментом взаимодействия. В нашей стране интерес к изучению английского языка постоянно растет, и сегодня актуален комплексный подход к его преподаванию, включающий как ознакомление с культурой страны носителей языка и овладение коммуникативными компетенциями, так и приобретение прочных знаний в области изучаемого языка.

Иностранный язык, в отличие от других предметов, является одновременно и целью и средством обучения, а дискуссии по поводу достижения данной цели касаются как прикладных аспектов обучения, так и его теоретико-методологических основ ([4], [5], [7]; [22] и др.). Известно, что речь (как на родном языке, так и на иностранном) может усваиваться только путем соответствующей практики, которая может быть как интуитивной – в условиях полного языкового окружения, – так и осознанной. При

⁸² Опубликовано: Вопросы психологии. 2009. № 6. С. 97-108.

сознательно-практическом методе обучения для овладения лексикой английского языка необходимо знание букв алфавита и знаков транскрипции, передающих фонетическое звучание слов. Если взрослые, владея навыками произвольного запоминания, заучивают эту своеобразную лексическую «таблицу умножения», то детям это дается гораздо сложнее. Преподавателям необходимо поддерживать устойчивый интерес учащихся и активно задействовать их восприятие, мышление и воображение. Усвоение знаков транскрипции в детском возрасте может опосредоваться мнемоническими сюжетными монохромными рисунками-раскрасками, предполагающими возможность расширения и содержательного наполнения за счет включения элементов различного порядка.

Авторская позиция конкретизируется в предположении о том, что обучение детей знакам транскрипции английского языка должно строиться на базе психологических орудий-медиаторов (см. [3]), опосредующих процесс усвоения звуко-буквенных отношений через усвоение отношений звуко-знаковых, – то есть на основе образов-представлений или образных репрезентаций, содержательными компонентами которых могут, в частности, являться этномифологические элементы как составляющие этнической картины мира.

Под *образной репрезентацией* мы понимаем невербальную форму ментальной репрезентации – представленности в сознании субъекта объектов различной природы. Особую актуальность проблема «психической реальности, которая хотя и инициируется «извне» внешним воздействием, но зарождается и обеспечивается «внутри» субъекта [15; 152], приобрела во второй половине прошлого века ([1], [6], [13] и др.). Для обозначения данного психического феномена помимо категории ментальной репрезентации используются различные теоретические конструкты: «ментальный опыт» [15], «образ-представление» [20] и т.д.

Мы поставили перед собой **цель** исследовать психологические закономерности формирования образных репрезентаций транскрипционных знаков английского языка в процессе его овладения учащимися удмуртской и русской групп. В связи с этим **задачи** исследования были представлены следующим образом:

1) выявить критерии оценивания транскрипционных знаков английского языка респондентами-удмуртами и русскими;

2) определить содержательное наполнение образных репрезентаций у представителей удмуртской и русской этногрупп;

3) установить форму образов-медиаторов транскрипционных знаков английского языка для презентации их учащимся удмуртской и русской этногрупп;

4) экспериментально проверить авторскую программу обучения транскрипционной системе английского языка, разработанную на основе принципов субъективного оценивания знаков транскрипции и содержательного наполнения их образных репрезентаций.

Организация и методы исследования

Выборка. В исследовании приняли участие 211 человек: представители удмуртской (72 студента факультета удмуртской филологии УДГУ, прибывшие учиться в университет из сельской местности по специальности «Удмуртский язык и литература, английский язык») и русской (79 студентов английского отделения Института иностранных языков и литературы) этногрупп в возрасте 18 – 20 лет; в экспериментальной проверке разработанной программы участвовали дети в возрасте 5 – 7 лет (60 воспитанников ДОУ №112 г. Ижевска).

Методы исследования. На первом этапе исследования применялся метод семантического дифференциала: респондентам предъявлялась матрица оценивания, состоящая из 40 шкал и содержащая 36 объектов, в качестве которых выступали знаки транскрипции, обозначающие согласные звуки (**b, g, f, v, z, s, m, n, j, p, k, t, d, l, ʃ, ʒ, tʃ, dʒ, ɲ, w, r, h, θ, ð**) и гласные монофтонги (**i:, I, e, æ, ʌ, a:, ɔ, ɔ:, u, u:, ə, ə:**) в английском языке. 40 шкал-дескрипторов представляли наиболее частотные прилагательные-антонимы (банальный – исключительный; безобразный – красивый; болезненный – здоровый; воображаемый – действительный; грубый – нежный; грустный – веселый; грязный – чистый; движущийся – неподвижный; единичный – повторяющийся; жестокий – добрый; живой – безжизненный; жидкий – густой; конкретный – абстрактный; кратковременный – длительный; маленький – большой; медленный – быстрый; монотонный – резкий; ограниченный – неограниченный; осознанный – неосознанный; очевидный – фантастический; пассивный – активный; пессимистичный – оптимистичный; плавный – порывистый; полезный – бесполезный; приятный – неприятный; прочный – непрочный; равнодушный – страстный; слабый – сильный; сложный – простой; счастливый – несчастный; таинственный – обычный; темный – светлый; тихий – громкий; тусклый – яркий; тяжелый – легкий; упругий – пластичный; устойчивый – изменчивый; холодный – теплый; частый – редкий; шершавый – гладкий), предложенные Ч.Осгудом и В.Ф.Петренко (см. [10]). Респондентам было необходимо оценить каждый знак транскрипции с учетом семибалльной шкалы, где -3 – наибольшая степень выраженности левого определения, +3 – наибольшая степень выраженности правого определения. Полученные индивидуальные матрицы оценок усреднялись в общегрупповой, которая в дальнейшем подвергалась процедуре факторного анализа с целью построения семантического пространства образных репрезентаций транскрипционных знаков английского языка.

На втором этапе исследования испытуемым предлагалось перечислить любые ассоциации, возникающие при предъявлении знака-стимула (транскрипционного знака): графические и / или вербальные, относящиеся к любым частям речи любых языков. Результаты обрабатывались с помощью

контент-анализа, где качественными категориями явились объекты окружающего мира, единицей контекста – лист с ответами респондента, частота упоминаний определялась с помощью сплошного, терминологического подсчета, объем в квадратных сантиметрах учитывался при обработке графических данных (см. [18]).

На третьем этапе исследования был проведен эксперимент по проверке эффективности авторской программы обучения транскрипционным знакам английского языка на этнокультурной основе, который состоял из организационного, констатирующего, формирующего и контрольного этапов. На формирующем этапе обучение транскрипции английского языка осуществлялось с применением образов-медиаторов, мнемонических сюжетных монохромных рисунков-раскрасок, составленных отдельно для удмуртской и русской этногрупп, с возможностью расширения и содержательного наполнения за счет включения элементов различного порядка.

Результаты исследования обрабатывались методами математической статистики: описательной статистики, непараметрической статистики (U-критерий Манна-Уитни), факторным анализом по методу главных компонент. Для обработки эмпирических данных использовался пакет прикладных программ статистической обработки данных SPSS 11.5 for Windows.

Результаты исследования и их обсуждение

На первом этапе усредненная матрица оценок в удмуртской и русской группах (студентов филологических факультетов) отдельно была обработана с помощью факторного анализа для размещения всех объектов оценивания (знаков транскрипций) в семантическом пространстве прилагательных-антонимов (шкал оценивания). В результате факторного анализа показателей было выделено четыре значимых фактора, описывающих 43,8% (в удмуртской группе) и 45,3% (в русской группе) общей дисперсии (см. таблицы 1 и 2).

Таблица 1
Результаты факторного анализа показателей в удмуртской группе

Шкалы оценивания	Насыщенность	Динамичность	Стабильность	Оптимизм
9. единичный – повторяющийся	-0,490	0,518	0,103	0,217
10. жестокий – добрый	0,644	0,308	-0,087	-0,059
16. медленный – быстрый	0,204	0,519	-0,497	0,272
21. пассивный – активный	0,079	-0,430	-0,038	0,526

22. пессимистичный – оптимистичный	-0,011	-0,321	0,101	0,559
23. плавный – порывистый	0,128	-0,130	0,554	-0,381
28. слабый – сильный	0,174	0,497	0,171	-0,162
32. темный – светлый	-0,673	0,137	-0,157	0,379
33. тихий – громкий	-0,014	0,308	0,550	0,310
35. тяжелый – легкий	0,649	0,204	0,067	0,287
Доля объяснимой дисперсии %	13,9	12,5	9,8	7,6

Таблица 2

Результаты факторного анализа показателей в русской группе

Шкалы оценивания	Динамичность	Рациональность	Абстрактность	Насыщенность
3. болезненный – здоровый	0,590	0,443	-0,016	0,285
4. воображаемый – действительный	0,542	0,710	-0,079	0,251
9. единичный – повторяющийся	-0,708	0,298	-0,182	-0,107
10. жестокий – добрый	-0,714	0,150	-0,242	0,007
13. конкретный – абстрактный	-0,234	-0,198	0,512	0,238
18. ограниченный – неограниченный	-0,739	0,297	-0,020	-0,068
19. осознанный – неосознанный	0,246	-0,570	-0,270	0,089
20. очевидный – фантастический	-0,407	-0,578	0,175	0,124
23. плавный – порывистый	0,732	-0,235	-0,051	-0,173
28. слабый – сильный	0,441	-0,034	-0,385	-0,471
29. сложный – простой	0,356	0,005	-0,509	0,140
32. темный – светлый	-0,222	-0,236	0,122	0,585
37. устойчивый – изменчивый	0,414	-0,244	0,492	0,328
Доля объяснимой дисперсии %	15,8	11,7	9,3	8,5

Обратимся к результатам факторного анализа показателей в удмуртской группе. По результатам анализа шкал, образовавших полюса выявленных факторов и стимульных объектов (знаков транскрипций), получивших

полярные оценки, установлены следующие данные.

I фактор интерпретирован как «Насыщенность» (вклад в общую дисперсию 13,9%). Он представлен следующими шкалами с факторными нагрузками (жестокий – добрый (0,644); темный – светлый (-0,673); тяжелый – легкий (0,649)). Максимальные отрицательные оценки по данному фактору получили такие объекты, как **d, l, p, z, f, t, k, j, n, ʃ, ʧ**. Наивысшие положительные баллы – **e, i, u, a, ə**.

II фактор получил название «Динамичность» (вклад в общую дисперсию 12,5%). Он включил следующие шкалы с факторными нагрузками (единичный – повторяющийся (0,518); медленный – быстрый (0,519); слабый – сильный (0,497)). На этом полюсе максимальные отрицательные оценки по данному фактору получили стимульные объекты: **i, k**. Положительные баллы – у объектов оценивания: **j, ʒ, u, ə, θ, η, æ, ʃ, n, w, ɖ, ɟ, ʧ**.

III фактор (вклад в общую дисперсию 9,8%) был проинтерпретирован нами как «Стабильность». В него вошли оценочно-активностные шкалы с факторными нагрузками: (медленный – быстрый (-0,497); плавный – порывистый (0,554); тихий – громкий (0,550)). Выраженный отрицательный балл получил объект оценивания – **ə**. Полярными объектами с максимальными положительными оценками оказались **θ, i, η, l, z, w, e, ɖ**.

IV фактор получил название «Оптимизм» (вклад в общую дисперсию 7,6%). Этот фактор представлен оценочно-активностными шкалами с факторными нагрузками (пассивный – активный (0,526); пессимистичный – оптимистичный (0,559)). При оценке объектов полярными оказались со знаком плюс – **ʃ, s, j, m**, со знаком минус – **f**.

Анализ смыслового инварианта шкал, образовавших полюса выявленных факторов и стимульных объектов, получивших полярные оценки в результате факторной обработки данных в русской выборке, позволил получить следующие результаты.

I фактор получил название «Динамичность» (вклад в общую дисперсию 15,8%), который включил в себя шкалы с факторными нагрузками: (болезненный – здоровый (0,590); единичный – повторяющийся (-0,708); жестокий – добрый (-0,714); ограниченный – неограниченный (-0,739); плавный – порывистый (0,732)). Объекты, получившие максимальные отрицательные оценки – **i, a, ə**. Наивысшие положительные баллы у таких объектов оценивания, как **r, p, b, k, t, f, v, z, s, d, g, i**.

II фактор обозначен как «Рациональность» (11,7%), представленный шкалами оценивания (воображаемый – действительный (0,710); осознанный – неосознанный (-0,570); очевидный – фантастический (-0,578)). Выраженные отрицательные оценки у объектов **ʧ, η** («Иррациональность»). Максимальные положительные баллы получили объекты оценивания **d, ə, a, n, u, ə, z, v, g, e, ʃ, b, i, i**.

III фактор проинтерпретирован как «Абстрактность» (9,3%). Он включил следующие шкалы с факторными нагрузками (конкретный – абстрактный (0,512); сложный – простой (-0,509); устойчивый – изменчивый (0,492)).

Максимальные отрицательные баллы у объектов оценивания **ɔ**, **p**, **u** («конкретный»). Наивысшие положительные оценки получили **ŋ**, **ə**, **θ**, **dʒ**.

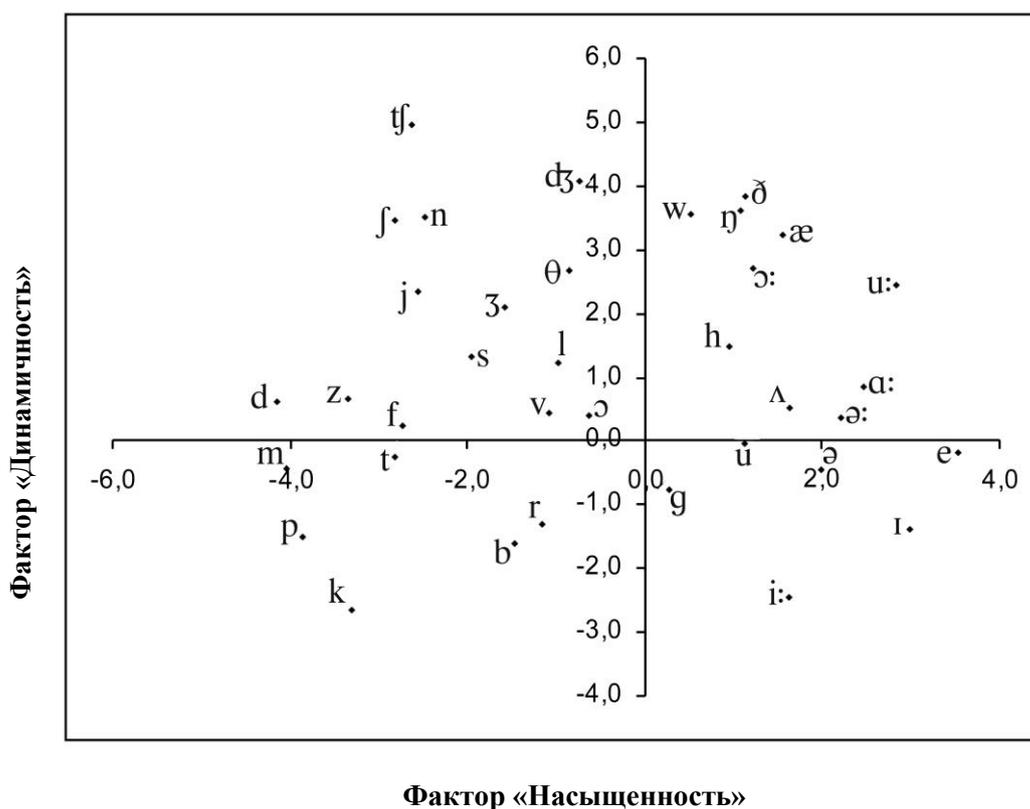


Рис. 1. Размещение объектов оценивания (знаков транскрипций) в семантическом пространстве факторов «Насыщенность» - «Динамичность» в удмуртской группе

IV фактор (вклад в общую дисперсию – 8,5%) – «Насыщенность». В него вошли шкалы оценивания с факторными нагрузками: (слабый – сильный (-0,471); темный – светлый (0,585)). Объектов с выраженной отрицательной оценкой по данному фактору не оказалось. Максимальные положительные баллы получили такие объекты как **d**, **b**, **r**, **ɔ**, **n**, **ŋ**, **h**, **ʃ**, **θ**, **v**, **l**, **m**, **z**, **w**, **e**, **g**, **f**, **i:**.

По результатам факторного анализа были построены семантические пространства Ф1 – Ф2 (I фактор «Насыщенность» – II фактор «Динамичность») и Ф3 – Ф4 (III фактор «Стабильность» – VI фактор «Оптимизм») в удмуртской группе и Ф4 – Ф1 (VI фактор «Насыщенность» – I фактор «Динамичность»), Ф2 – Ф3 (II фактор «Рациональность» – III фактор «Абстрактность») в русской группе.

Размещение объектов оценивания в семантическом пространстве сходных по обеим выборкам факторов «Насыщенность» и «Динамичность» (рис. 1 и 2) показывает, что у удмуртов самым насыщенным и динамичным является знак **u:**; самым насыщенным и нединамичным – **i:**; самыми ненасыщенными и динамичными – объекты оценивания **j**, **ʃ**, **n**, **tʃ**; самыми ненасыщенным и нединамичным – **k**.

Как видно, в удмуртской группе имеются все варианты полярного оценивания знаков транскрипций. У русских большинство объектов

На втором этапе исследования испытуемые перечисляли различные ассоциации (вербальные, относящиеся к любым частям речи любых языков, и графические), возникающие при предъявлении знака-стимула (транскрипционного знака). В результате контент-анализа полученной вербальной и графической продукции было зафиксировано 9386 упоминаний вербальных и 1210 упоминаний графических ассоциаций (см. табл.3, 4, 5).

Таблица 3

Результаты контент-анализа вербальных ассоциаций в этногруппах

Категории	Частота встречаемости в русской группе		Частота встречаемости в удмуртской группе	
	В единицах	В процентах от общего количества	В единицах	В процентах от общего количества
А. Существительные	3412	68%	1481	34%
A1. Человек	719	15%	161	4%
A2. Растения	284	6%	288	7%
A3. Животные	309	6%	311	7%
A4. Космос	68	1%	58	1%
A5. Земля	116	2%	106	2%
A6. Быт	526	11%	201	5%
A7. Символы	219	4%	98	2%
A8. Сверхъестественное	163	3%	103	2%
A9. Абстрактные и отвлеченные понятия	1008	20%	155	4%
В. Прилагательные	1455	29%	2438	56%
B1. Цвет	208	4%	765	18%
B2. Вкус	98	2%	348	8%
B3. Запах	156	3%	192	4%
B4. Температура	123	3%	486	11%
B5. Другие тактильные ощущения	211	4%	242	6%
B6. Другие	659	13%	405	9%
B7. Оценочные	295	6%	207	5%
B8. Описательные	364	7%	198	4%
С. Другие части речи	49	1%	36	1%
D. Вербальные ассоциации по первой букве	102	2%	413	9%
Итого вербальных ассоциаций:	5018		4368	

Установлено, что респонденты-русские практически не приводят иноязычных ассоциаций (менее 1% от общего количества упоминаний); значительный объем вербальных реакций-ответов сочетается с высокой частотностью графических ассоциаций. Респонденты-удмурты 97% ассоциаций представляют на русском языке. В случае упоминания словесных ассоциаций из удмуртского языка в 76% случаев приводится перевод или объяснение значения слов.

Таблица 4

Результаты контент-анализа графических ассоциаций в русской группе

Категория	Частота встречаемости		Объем изображения
	В единицах	В процентах	
А. Предметно-ориентированные образы	726	81%	34965
А1. Человек	187	21%	2570
А2. Растения	96	11%	4080
А3. Животные	69	8%	4900
А4. Космос	64	7%	3985
А5. Земля	78	9%	6830
А6. Быт	131	15%	2580
А7. Символы	84	9%	3675
А8. Сверхъестественное	75	8%	6345
В. Абстрактные изображения	112	13%	8985
Итого графических ассоциаций:	896		43950 кв см.

Таблица 5

Результаты контент-анализа графических ассоциаций в удмуртской группе

Категория	Частота встречаемости		Объем изображения
	В единицах	В процентах	
А. Предметно-ориентированные образы	282	90%	2350
А1. Человек	34	11%	240
А2. Растения	69	22%	620
А3. Животные	52	17%	580
А4. Космос	11	4%	70
А5. Земля	34	11%	230
А6. Быт	31	10%	210
А7. Символы	22	7%	170
А8. Сверхъестественное	29	9%	230
В. Абстрактные	32	10%	250

изображения		
Итого графических ассоциаций:	314	2600 кв.см.

Графические ассоциации анализировались нами в соответствии с их принадлежностью к категории предметно-ориентированных и абстрактных образов, а также по размеру или «объему» изображения. В среднем, одно изображение у русских занимает площадь 49 кв.см., у удмуртов – 8 кв.см. Такое значительное расхождение наблюдается вследствие того, что респонденты-русские часто заполняют весь лист одним изображением. У респондентов-удмуртов отмечается общая тенденция располагать по несколько ассоциативных групп на одном листе.

Мы допускаем, что данная закономерность может быть обусловлена этнопсихологическими особенностями респондентов (особенностями конструирования этнокультурного мира этническими субъектами). Так, по мнению исследователей [12], традиционный русский национальный характер связывается с особенностями климата и среды обитания русского народа. Бесконечность равнинного ландшафта породила тенденцию к неумеренности и крайностям (стремление к масштабным изображениям, каждое из которых, чаще всего, помещается на отдельном листе). Исследователи удмуртского менталитета ([2], [11], [21] и др.) указывают, что пространство в представлениях удмуртов не является универсальной ментальной категорией, а воспринимается как совокупность уникальных пространств и отдельных природных объектов, обладающих различным семиотическим статусом в этнической картине мира (мозаичность и структурность восприятия).

Все предметно-ориентированные образы, актуализированные в вербальных и графических ассоциациях, далее дифференцировались на подгруппы в зависимости от репрезентированных в них объектов: Человек, Растения, Животные, Космос, Земля, Быт, Символы, Сверхъестественное.

В ходе исследования установлено, что представители удмуртской группы чаще предлагают ассоциации, включающие в себя образы животных и растений. Это можно объяснить в силу сложившейся языческой картины мира в мифологическом восприятии удмуртов [2]: органической неразрывной связанности-зависимости человека с природным окружением, базисным положением аграрного культа (культа Божеств, связанных с природными явлениями), обожествлением и одухотворением природного начала. Согласно Ю.В.Семёнову, живая связь с природной средой лежит в основе ментальности язычника, является характерной чертой его сознания, определяет его отношение к миру. Зависимость человека от природы настолько сильна, что создаваемый им образ мира отражает эту невозможность человека четко отделить себя от природного окружения [14; 63].

Респонденты-русские актуализируют образы с ядерными элементами «Человек» и «Быт», что может быть связано с особенностями русской

ментальности, в центральной зоне которой локализуется источник добра (мир человека, община) (см. [9]), антропоморфной направленностью христианских религиозных символов, урбанизированным техногенным характером современной русской культуры.

Отмеченные закономерности наблюдаются и при анализе образных репрезентаций отдельных знаков транскрипции, по результатам которого делается вывод о том, что степень сходства фонетических соответствий знаков транскрипции английского языка с теми или иными звукобуквами родного языка влияет на характер предлагаемых ассоциаций. В случае отсутствия сходства ассоциации носят глубокий символический характер, базируясь на мифологических элементах культуры, в силу того, что непосредственное ассоциирование с объектами окружающего мира затруднено (например, æ:). За основу в данном случае часто берется графическое изображение звука, которое может «встраиваться» в изображение-ассоциацию. Знаки транскрипции, передающие звуки, частично сходные со звуками родного языка или воспринимающиеся как неродные (**ɔʒ** – для русских, **f** – для удмуртов), не порождают устойчивых ассоциаций, связанных с родной культурой, а активизируют образы ино- или метакультурного типа. Знаки, передающие звуки, сходные со звуками родного языка (**e, f** – для русских, **ɔʒ** – для удмуртов), вызывают большое количество содержательных и описательных ассоциаций, связанных с объектами окружающей среды.

На основе комплексного анализа данных, полученных в ходе эмпирического исследования, были составлены описания сюжетов рисунков-раскрасок, предназначенных для обучения знакам транскрипции английского языка представителей удмуртской и русской этногрупп, а также их графические презентации – дидактические образы-медиаторы. Предъявление образов-медиаторов осуществляется в форме изображений знаков транскрипции, выполненных в виде сюжетных черно-белых рисунков-раскрасок (см. рис. 3, 4). Мы предполагали наличие цветовых предпочтений в группах испытуемых с различной этнической принадлежностью, однако устойчивых закономерностей в ходе исследования не обнаружено, что стало еще одним доводом в пользу применения монохромных изображений с возможностью цветового насыщения.

Экспериментальная работа по проверке эффективности авторской программы обучения транскрипционным знакам английского языка проводилась в четыре этапа: организационный, констатирующий, формирующий и контрольный. Для участия в эксперименте были отобраны две группы детей ДОУ №112 г. Ижевска в возрасте 5 – 7 лет: экспериментальная группа (ЭГ) – всего 30 человек (12 – удмуртской и 18 – русской национальности), обучавшиеся по специально разработанной программе, одним из элементов которой стала методика обучения транскрипционным знакам английского языка на основе образов-медиаторов и контрольная группа (КГ) – всего 30 человек (16 – удмуртской и 14 –

русской национальности), обучавшиеся по традиционной программе обучения английскому языку в раннем возрасте, не включавшей актуализацию образных представлений о транскрипционных знаках.

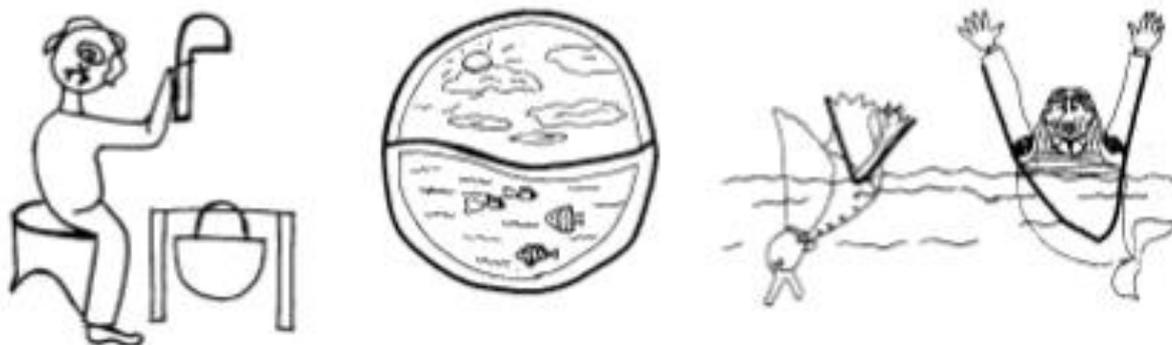


Рис. 3. Образы-медиаторы для изучения знака транскрипции в удмуртской этногруппе. Знаки актуализируются в изображениях: а) [p] – Палесмурта (половинный человек – однорукое, одноногое, одноглазое существо) в лесу на пеньке у костра, на котором висит котелок с похлебкой, в руках у него половник – чашкой вверх; б) [θ] – Мира, разделенного пополам: водный и небесный (религиозно-мифологическая картина мира удмуртов); в) [v] – удмуртского водяного – Вукузё – и утки – важного персонажа удмуртской мифологии;

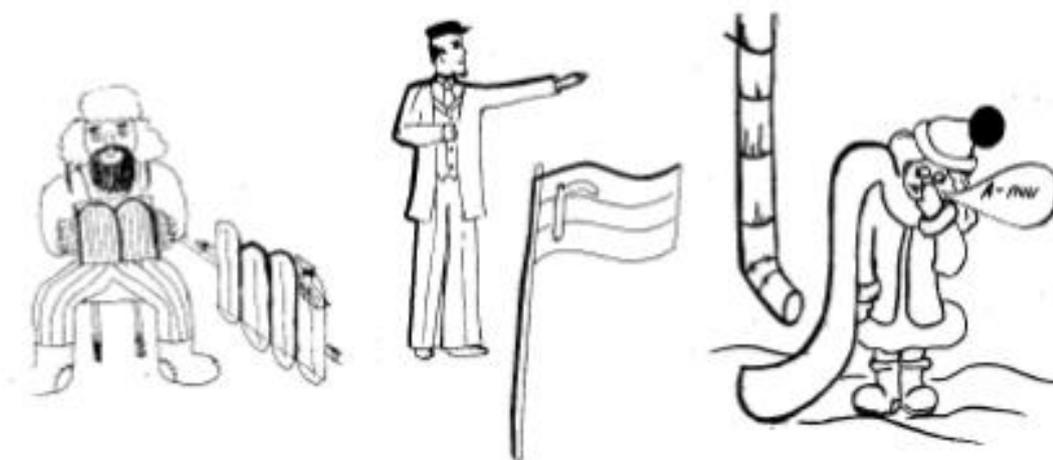


Рис. 4. Образы-медиаторы для изучения знака транскрипции в русской этногруппе. Знаки актуализируются в изображениях: а) [m] – русского мужика, играющего на гармошке, рядом батарея отопления – с включением в изображение знака; б) [r] – памятника Ленину и российского флага – с включением в изображение знака; в) [tʃ] – чихающей девочки – с включением в изображение знака.

На *организационном этапе* определялись цели эксперимента, формулировалась рабочая гипотеза, осуществлялся отбор участников, фиксировались результаты наблюдения за деятельностью испытуемых в учебно-воспитательном процессе. На данном этапе проводились беседы с воспитателями и родителями, изучался инновационный опыт в контексте исследуемой проблемы. К тому же посещались и анализировались занятия по английскому языку в детском саду (старшая и подготовительная группа) и в начальной школе (1 – 2 классы) г. Ижевска. Все это способствовало

разработке критериев и показателей уровня познавательной активности и сформированности представлений о транскрипционной системе у детей, изучающих английский язык в раннем возрасте.

Целью *констатирующего этапа* явилось проведение нулевого среза и диагностики реального уровня владения транскрипцией английского языка. Все испытуемые не изучали иностранные языки до начала проведения эксперимента, что обеспечивало гомогенность выборки.

На *формирующем этапе* в практику преподавания английского языка дошкольникам внедрялась программа экспериментального обучения транскрипционным знакам, разработанная на основе результатов эмпирического исследования. Детям в ходе обучения знакам транскрипции английского языка предъявлялись образы-медиаторы в форме изображений знаков транскрипции, выполненных в виде сюжетных черно-белых рисунков-раскрасок, составленных отдельно для удмуртской и русской этногрупп, с возможностью расширения и содержательного наполнения за счет включения элементов различного порядка (рис. 3, 4).

Было отмечено, что дети удмуртской национальности, работая с предложенными для раскрашивания образами-медиаторами, чаще всего дополняют образ за счет насыщения его характеристиками различных модальностей (звуковыми, цветовыми, температурными). Русские предпочитают выбирать недостающие, по их мнению, элементы из объектов окружающего мира. По нашим наблюдениям, итогом формирующего этапа стал более высокий уровень познавательной активности воспитанников, проявлявшийся как на занятиях по иностранному языку, так и в играх детей, в которых стали фигурировать сюжеты, связанные с актуализируемыми образами-представлениями используемой авторской программы. К тому же дети стали проявлять интерес к культуре народа-носителя изучаемого языка.

Для того чтобы подтвердить или опровергнуть данные наблюдения, на *контрольном этапе* была проведена итоговая диагностика с применением метода экспертной оценки. Экспертами (всего 3 чел.) выступали: преподаватель английского языка, воспитатели групп детского сада, экспериментатор. Экспертам было предложено оценить каждого воспитанника по четырем шкалам успешности обучения транскрипционным знакам английского языка с использованием шестибалльной системы. Усредненные матрицы оценивания были подвергнуты статистической обработке с применением непараметрического метода – критерия Манна-Уитни. Результаты представлены в таблице 6.

Полученные данные демонстрируют достоверные значимые различия по таким показателям, как правильная артикуляция звуков в ответ на предъявление знака транскрипции ($p \leq 0,01$), повышение познавательной активности ($p \leq 0,01$), успешность воспроизведения транскрипционных знаков ($p \leq 0,05$). Анализ итогов экспериментальной работы подтверждает эффективность авторской программы обучения транскрипции английского языка с использованием образов-медиаторов на этнокультурной основе.

Таблица 6

Результаты сравнения средних показателей успешности обучения
транскрипционным знакам английского языка

Диагностические показатели	Среднее значение		Уровень значимости
	КГ (n=30)	ЭГ (n=30)	
Успешность узнавания изученных знаков транскрипции	4,1	4,3	$p \geq 0,05$
Успешность воспроизведения изученных знаков транскрипции	3,3	3,9	$p \leq 0,05$
Правильная артикуляция звуков в ответ на предъявление знака транскрипции	3,2	4,5	$p \leq 0,01$
Повышение познавательной активности	4,1	4,8	$p \leq 0,01$

Выводы

1. Результаты проведенного исследования показали, что важной составляющей образных репрезентаций транскрипционных знаков английского языка, построенных по принципу ассоциации, являются мифологические элементы культуры. На характер ассоциаций влияет степень сходства фонетических соответствий знаков транскрипции английского языка с теми или иными звукобуквами родного языка. Знаки, передающие звуки, сходные со звуками родного языка, вызывают большое количество содержательных и описательных ассоциаций, связанных с объектами окружающей среды. Знаки, передающие звуки, частично сходные со звуками родного языка или воспринимающиеся как неродные, не порождают устойчивых ассоциаций, связанных с родной культурой, а активизируют образы ино- или метакультурного типа. В случае отсутствия сходства ассоциации носят глубокий символический характер, базируясь на мифологических элементах культуры.

2. У представителей удмуртского этноса доминируют ассоциации, относящиеся к категории «Природа», что можно объяснить в силу сложившейся языческой картины мира в мифологическом восприятии удмуртов. Ассоциации представителей русского этноса относятся, главным образом, к категориям «Человек» и «Быт», что может быть связано с особенностями русской ментальности, антропоморфной направленностью христианских религиозных символов, урбанизацией и техногенным характером современной русской культуры в целом.

3. Для респондентов, принадлежащих к удмуртской группе, важными в оценивании знаков транскрипции являются эмоционально-оценочные описания объектов, для русских более актуальными становятся мыслительно-

рассудочные характеристики. Критерии оценивания знаков транскрипции респондентами различной этнической принадлежности можно соотнести с особенностями этнотипических стилей вербального взаимодействия, объективированных в культуре народа: аффективного стиля вербальной коммуникации (эмоционально-оценочное отношение к субъектам коммуникации) удмуртского народа и инструментального стиля (рациональность и рассудочность в коммуникативном процессе для достижения поставленных целей) – русского.

4. Предъявление образов-медиаторов для обучения транскрипции английского языка учащимися разных этногрупп осуществляется в форме, соотносимой с пространственной организацией этнической картины мира. Для русских предпочтительнее восприятие каждого элемента по отдельности и масштабно, что предполагает предъявление образов-медиаторов отдельно с использованием крупных изображений. Мозаичность картины мира удмуртов помышляет предъявлять образы-медиаторы в структурированной форме, во взаимосвязи между собой в рамках дидактической методики.

5. По результатам экспериментальной работы была подтверждена эффективность авторской программы обучения транскрипции английского языка на этнокультурной основе. В экспериментальной группе дошкольников, обучение которых осуществлялось с применением образов-медиаторов с этномифологическими элементами, выполненных в виде сюжетных монохромных рисунков-раскрасок, предполагающих возможность расширения и содержательного наполнения за счет включения элементов различного порядка, выявлен более высокий уровень правильности артикуляции звуков в ответ на предъявление знака транскрипции, успешности воспроизведения транскрипционных знаков, а также познавательной активности не только в изучении иностранного языка, но и культуры другого народа.

Список цитируемой литературы

1. *Брушлинский, А. В.* Ментальная репрезентация как системная модель в когнитивной психологии / А. В. Брушлинский, Е. А. Сергиенко // Ментальная репрезентация: динамика и структура / Ин-т психологии РАН. – М., 1998. – С. 5–22.
2. *Владыкин, В. Е.* Религиозно-мифологическая картина мира удмуртов / В. Е. Владыкин. – Ижевск: Удмуртия, 1994. – 384 с.
3. *Выготский, Л. С.* Психология / Л. С. Выготский. – М.: ЭКСМО-Пресс, 2002. – 1008 с.
4. *Гальскова, Н. Д.* Современная методика обучения иностранным языкам / Н. Д. Гальскова. – М.: АРКТИ, 2000. – 165 с.
5. *Зимняя, И. А.* Психология обучения иностранным языкам в школе / И. А. Зимняя. – М.: Просвещение, 1991. – 222 с.
6. *Кильченко, О. И.* Ментальная репрезентация психологических терминов: дис. ... канд. психол. наук / О. И. Кильченко. – Пермь, 2003. – 240 с.
7. *Кожевникова, О.В.* Исследование образных репрезентаций элементов знаковой системы иностранного языка при разработке обучающих программ / О.В. Кожевникова // Психология образования: проблемы и перспективы: Материалы 1-ой междунар. науч.-практ. конф. – М.: Смысл, 2004. – С. 242.

8. *Лебедева, Н. М.* Введение в этническую и кросс-культурную психологию / Н. М. Лебедева. – М.: Старый сад, 1998. – 316 с.
9. *Лурье, С.В.* Метаморфозы традиционного сознания. Опыт разработки теоретических основ и их применения к анализу исторического и этнографического материала. – СПб.: Типография им. Котлякова, 1994. – 288с.
10. *Петренко, В. Ф.* Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. – Смоленск : Изд-во СГУ, 1997. – 400 с.
11. *Петров, А. Н.* Удмуртский этнос: проблемы ментальности / А. Н. Петров. – Ижевск: Удмуртия, 2002. – 144 с.
12. *Пибоди, Д.* Психосемантический анализ стереотипов русского характера: кросскультурный аспект / Д. Пибоди, А. Г. Шмелев, М. К. Андреева, А. Е. Граменицкий // Вопросы психологии. – 1991. – № 3. – С. 101–110.
13. *Ребеко, Т. А.* Ментальная репрезентация как формат хранения информации / Т. А. Ребеко // Ментальная репрезентация : динамика и структура. – М.: Ин-т психологии РАН, 1998. – С. 25–54.
14. *Семёнов, Ю.В.* Православие и язычество в этническом самосознании восточно-финских народов. Дореформенный период (Историко-философский аспект) / Ю.В. Семенов – Ижевск – Екатеринбург: Изд-во Института экономики Уральского отделения Российской Академии наук, 2008. – 216с.
15. *Холодная, М.А.* Психология интеллекта: парадоксы исследования / М.А. Холодная – М.: Барс, 1997. – 392 с.
16. *Хотинец, В. Ю.* Психологические и культурные факторы этнотипического поведения / В.Ю. Хотинец // Психологический журнал. – 2005.– №2. – С.33–44.
17. *Хотинец, В.Ю.* Со-бытие культур. Психологические универсалии в культурном многообразии / В.Ю. Хотинец. – Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2005. –152 с.
18. *Хотинец, В.Ю.* Четыре метода анализа документов в социально-психологических исследованиях: Учеб.пособие/ В. Ю. Хотинец. – Ижевск: УдГУ, 2001. – 62 с.
19. *Хотинец, В.Ю.* Этническая идентичность и толерантность / В.Ю. Хотинец. – Екатеринбург: Изд-во Урал.ун-та, 2002. – 124с.
20. *Шехтер, М. С.* О роли и видах образов в познавательных процессах / М. С. Шехтер, А. Я. Потапова // Психологический журнал. – 2001. – № 3. – С. 57–67.
21. *Шкляев, Г. К.* Очерки этнической психологии удмуртов / Г. К. Шкляев. – Ижевск: Удмурт. ин-т истории, яз. и лит. УрО РАН, 2003. – 300 с.
22. *Шолпо, И. Л.* Как научить дошкольника говорить по-английски / И. Л. Шолпо. – СПб.: Спец. лит., 1999. – 152 с.

Статья 2

О.В. Кожевникова, Н.А. Зиновьева

ОБРАЗ КУРЯЩЕЙ ЖЕНЩИНЫ В СВЯЗИ С ЛИЧНОСТНЫМИ ОСОБЕННОСТЯМИ РЕЦИПИЕНТОВ РАЗНОГО ПОЛА⁸³

В статье отражены результаты эмпирического исследования специфики восприятия образов курящих женщин, представленных в печатных и электронных СМИ, в связи с личностными особенностями реципиентов мужского и женского пола.

⁸³ Опубликовано: Вестник Удмуртского университета. Сер. Философия. Психология. Педагогика. 2013. Вып. 2. С. 33-41.

Проанализированы психологические особенности реципиентов-мужчин и женщин в зависимости от степени выраженности у них маскулинных / феминных черт.

Ключевые слова: репрезентация, образ, образ курящей женщины, гендер, феминность, маскулинность, андрогинность.

Современный этап развития человечества характеризуется глобальными переменами во всех сферах жизнедеятельности человека. И изменения эти связаны не только со сменой политического, экономического и социального строя, но и с переходом от традиционных ценностей и норм к абсолютно новым идеалам и приоритетам: меняются представления о свободе, браке, профессиональной успешности, межличностных и общественных отношениях и т.п. В этой связи вполне закономерны трансформации гендерных ролей и стереотипов, происходящие в массовом сознании. Причем самые значительные из них связаны с осознанием сущности женщины: представления о ее роли в семье и обществе в целом изменяются и наполняются новым содержанием. Если ранее роль женщины всегда была четко определена, и она выступала, прежде всего, как хранительница домашнего очага, как жена и мать, то сегодня женщина предстаёт перед нами как самостоятельная и независимая личность. Теперь ее удел – это построение карьеры, семья же порой отодвигается на второй план, и женщина с готовностью берет на себя мужские обязанности: она сильная, может за себя постоять, заработать на жизнь. Таким образом, происходит некоторое смещение гендерных ролей.

Новое видение закрепляется и благодаря средствам массовой информации, играющим основополагающую роль в процессе формирования общественного мнения, стандартов жизни и образцов поведения. Во-первых, как отмечает О.В. Куприянова, отображение женского образа в СМИ зачастую внедряет в массовое сознание отрицательные гендерные стереотипы, навязывает искажённое восприятие роли и места женщины в обществе (сексуализация современной рекламы, широкое распространение порнографических и эротических материалов и т.д.) [3, 4]. Во-вторых, современные СМИ активно используют визуальные репрезентации женщины – от отдельных изображений до крупномасштабных кампаний по продвижению определенного товара, – часто эксплуатируя образ молодой привлекательной особы с сигаретой в руке. При этом по данным Всемирной организации здравоохранения, на сегодняшний день в России число курящих превысило сорок миллионов человек, при этом рост количества курильщиц среди женщин выше, чем среди мужчин. «Сейчас курение выставляется как средство достижения успеха. К примеру, в модном женском журнале появляется изображение красивой девушки с сигаретой в руках, за спиной у которой стоит мужчина. В итоге: курите – и успех у мужчин вам обеспечен. На первый взгляд смешно, однако именно после такой рекламной кампании, проведенной крупным производителем сигарет, число курящих женщин в России увеличилось более чем на 117% от первоначального количества», говорится в сообщении ВОЗ [1]. Кроме того, сигарета становится модным

аксессуаром: тонкие, ароматизированные и супер-легкие сигареты в ярких, красиво задекорированных упаковках так хорошо могут смотреться в дамских сумочках. Что же получается: государство инициирует меры по ограничению распространения курения на законодательном уровне, Минздрав постоянно предупреждает, но достаточно грамотно сконструированного рекламного призыва, и на разумные доводы внимание уже не обращается? Как это ни печально, но это действительно так. Образы и символы, внедряемые в продукцию массовой культуры (кинематограф, рекламу, фотографии и другие изображения и т.п.), могут существенно влиять на поведение потребителей, хотя бы они того или нет [2].

Материалы и методика исследования

Целью нашего исследования стало изучение специфики восприятия образов курящих женщин, представленных в СМИ, в связи с личностными особенностями реципиентов. На первом этапе нашего исследования на основании изучения печатных и электронных СМИ мы отобрали 150 изображений, где женщина была запечатлена с сигаретой, а затем еще 300 изображений репрезентирующих те же самые женские образы (деловая женщина, домохозяйка, невеста и т.п.), но уже без сигареты. На втором этапе мы привлекли к участию в исследовании сто человек (по пятьдесят мужчин и женщин в возрасте от 25 до 35 лет, имеющих высшее образование, – «реципиенты» в терминах нашего исследования). Сначала с помощью комплекса психодиагностических методик (личностный опросник Р. Кеттелла; вопросник С. Бэм по изучению маскулинности – феминности; методика диагностики склонности к отклоняющемуся поведению А.Н. Орел) были изучены личностные особенности участников. Затем испытуемым было предложено оценить по 21 полярной шкале, представленной личностными характеристиками (например, «обаятельная – непривлекательная», «разговорчивая – молчаливая» и т.п. – методика личностного дифференциала), двенадцать объектов: «современная женщина», «женщина в прошлом», «женщина в будущем», «женщина-мать», «хорошая жена», «идеальная женщина», «привлекательная женщина», «женственная женщина», «курящая женщина», «Я сама» («Я сам»). На последнем этапе исследования испытуемым было предложено ознакомиться с тремя наборами фотографий (каждый включал 150 женских изображений: 100 некурящих и 50 курящих и выбрать в каждом наборе изображения тех женщин: (1) на которых участницы исследования хотели бы быть похожими; (2) которые являются привлекательными; (3) являются современными (для респонденток-женщин); (1) на которых бы участники женились; (2) которые являются сексуально привлекательными; (3) являются современными (для респондентов-мужчин). Количество выборов не ограничивалось. Полученные данные были подвергнуты статистической обработке в программе SPSS.

Результаты исследования и их обсуждение

В процессе анализа данных, полученных в ходе эмпирического исследования с применением психодиагностических методик, в мужской и женской выборках было выделено по три подгруппы на основании степени выраженности феминности / маскулинности / андрогинности респондентов. Подгруппа маскулиных женщин из последующего анализа была исключена по причине своей малочисленности (всего 2 человека). Охарактеризуем данные подгруппы с учетом полученных в ходе исследования данных.

Установлено, что *феминные женщины* намеренно стремятся показать себя в лучшем свете, проявляя некоторую настороженность по отношению к ситуации обследования. Эти робкие, застенчивые женщины редко бывают самодостаточными. В силу высокого уровня самоконтроля они склонны демонстрировать строгое соблюдение даже малозначительных социальных норм, контролировать свои поведенческие реакции: не имеют склонности к аддиктивному и аутодеструктивному поведению, у них отсутствует тенденция к соматизации тревоги, не выражена склонность к реализации комплексов вины. Феминные женщины не приемлют насилия как средства решения проблем, и для них не типична агрессия как способ выхода из фрустрирующей ситуации. Они обычно убеждены в правильности того, чему их учили, и принимают все как проверенное, несмотря на противоречия; склонны к осторожности и к компромиссам в отношении новых людей. Избегают профессий, связанных с личными контактами, предпочитают иметь одного или двух близких друзей, не склонны вникать во все, что происходит вокруг них. Имеют тенденцию препятствовать и противостоять изменениям и откладывать их, придерживаясь традиций.

Андрогинные женщины характеризуются яркой выраженностью черт как маскулинного, так и феминного типов. В ходе исследования установлено, что респонденты, относящиеся к данной группе, отличаются умеренной склонностью давать социально-желательные ответы. Андрогинные женщины характеризуются как самостоятельные, независимые, настойчивые, упрямые, своенравные, агрессивные, отказываются от признания внешней власти, порой склонны к авторитарному поведению. При этом они эмоционально сдержанны, деликатны, внимательны к другим. Кроме того, они консервативны, уважают общепринятые принципы, терпимы к традициям, склонны к морализации и нравоучениям. Склонность к аддиктивному поведению отсутствует или выражена слабо. Более энергичные, деятельные и сильные, нежели чем феминные женщины, они порой имеют склонность к делинквентному поведению и не всегда принимают свою женскую роль.

Маскулиные мужчины характеризуются наличием таких личностных качеств как легкость в общении, открытость, готовность к сотрудничеству, активность в устранении конфликтов. Кроме того, у респондентов этого типа можно отметить тенденцию к непостоянству целей, непринужденность в поведении. Не руководствуясь волевым контролем, часто не обращают

внимания на социальные требования. Они свободны от влияния группы, что может вести их к асоциальным поступкам, но в тоже время данная характеристика может делать их деятельность более эффективной. Маскулинные мужчины предпочитают ограниченный круг близких друзей, любят общение и восхищение со стороны окружающих, хотя порой им необходима не коммуникация сама по себе, а поддержка со стороны группы. Они не склонны вникать во все, что происходит вокруг них, из-за своей импульсивности, могут быть не внимательны к другим людям. Такие мужчины обычно уверены в себе и своих способностях.

Андрогинные мужчины в большей степени, чем представители двух других выделенных групп в мужской выборке, склонны к социально-желательным ответам. У них отсутствует склонность к саморазрушающему поведению, агрессивные тенденции выражены слабо, но они могут быть склонны к асоциальному поведению. Порой потворствуют своим желаниям, не прилагают усилий по выполнению групповых норм и правил: при отсутствии согласия с общепринятыми моральными правилами и стандартами они проявляют гибкость по отношению к ним. Имеют низкий порог в отношении фрустрации, порой раздражительны, эмоционально возбудимы. Имеют склонность к непостоянству, подвержены влиянию чувств, случая и обстоятельств, им свойственны оперативность, сообразительность, быстрая обучаемость.

Феминные мужчины более сдержаны и критически настроены. Они застенчивы, предпочитают держаться в стороне. Их речь замедленна, они могут испытывать трудности с вербализацией своих мыслей, поэтому часто предпочитают просто промолчать. Обычно мужчины этого типа избегают профессий, связанных с личными контактами, они довольно зависимы от своего социального окружения, предпочитают быть ведомыми и принимать решения, основанные на обсуждении, а не занимать лидерские позиции или проявлять инициативу. При этом они могут быть недисциплинированными, испытывать затруднения с самоконтролем. Имеют развитое абстрактное мышление, достаточно высокий уровень общей культуры.

Следующим этапом стал анализ специфики представлений о курящей женщине в каждой из пяти описанных выше групп по результатам применения методики личностного дифференциала. В результате факторно-аналитической обработки данных в каждой выборке было выделено по два значимых фактора «Социальная желательность» и «Гендерная идентичность», имеющих максимальную долю дисперсии (см. Таблицы 1 – 2), а затем построены семантические пространства оцениваемых объектов в отношении данных факторов (см. примеры семантических пространств на Рисунках 1 – 2).

Таблица 1. Результаты факторного анализа данных в женской выборке (феминные и андрогинные женщины)

	Феминные женщины		Андрогинные женщины	
	Факторы		Факторы	
	Гендерная идентичность (Ф)	Социальная желательность	Социальная желательность	Гендерная идентичность (М)
Объяснимая дисперсия	42,89%	41,01%	48,00%	32,90%
1. обаятельная – непривлекательная		-0,936	-0,914	
2. слабая – сильная		0,80	0,601	
3. разговорчивая – молчаливая	0,849			-0,713
4. безответственная – добросовестная			0,813	
5. упрямая – уступчивая	0,930			-0,822
6. замкнутая – открытая		0,811	0,880	
7. добрая – эгоистичная	-0,757			0,770
8. зависимая – независимая	-0,732			0,829
9. деятельная – пассивная	0,612	-0,763	-0,645	-0,721
10. черствая – отзывчивая	0,803			-0,603
11. решительная – нерешительная	0,660	-0,728	-0,715	-0,680
12. вялая – энергичная	-0,688	0,682	0,772	
13. справедливая – несправедливая	-0,630	-0,755	-0,640	
14. расслабленная – напряженная	-0,696			0,689
15. суетливая – спокойная	0,748		0,657	
16. враждебная – дружелюбная	0,800		0,815	
17. уверенная – неуверенная		-0,867	-0,851	
18. нелюдимая – общительная		0,825	0,922	
19. честная – неискренняя	-0,813		-0,715	
20. несамостоятельная – самостоятельная	-0,797			0,827
21. раздражительная – невозмутимая		0,746	0,766	

Таблица 2. Результаты факторного анализа данных в мужской выборке (феминные, андрогинные и маскулинные мужчины)

	Феминные мужчины		Андрогинные мужчины		Маскулинные мужчины	
	Факторы		Факторы		Факторы	
	Гендерная идентичность (Ф)	Социальная желательность	Социальная желательность	Гендерная идентичность (Ф)	Социальная желательность	Гендерная идентичность (Ф)
Объяснимая дисперсия	42,70%	19,40%	46,00%	35,10%	55,00%	26,00%
1. обаятельная – непривлекательная			-0,833		-0,898	
2. слабая – сильная		-0,663	0,632			-0,615
3. разговорчивая – молчаливая		0,744		0,914		0,727
4. безответственная – добросовестная	0,905		0,889		0,897	
5. упрямая – уступчивая				0,740		0,855
6. замкнутая – открытая					0,915	
7. добрая – эгоистичная	-0,859		-0,865		-0,635	
8. зависимая – независимая				-0,695		-0,820
9. деятельная – пассивная		0,655		0,727	-0,828	
10. черствая – отзывчивая	0,906		0,906		0,837	
11. решительная – нерешительная	-0,737			0,933	-0,615	0,708
12. вялая – энергичная	0,766			-0,808	0,873	
13. справедливая – несправедливая	-0,660		-0,930		-0,932	
14. расслабленная – напряженная		-0,721	-0,763		-0,648	
15. суетливая – спокойная	0,807		0,606		0,732	
16. враждебная – дружелюбная	0,829		0,933		0,814	

17. уверенная – неуверенная			-0,648	0,687	-0,782	
18. нелюдимая – общительная	0,613			-0,873	0,713	
19. честная – неискренняя	-0,907		-0,859		-0,907	
20. несамостоятельная – самостоятельная		-0,688		-0,861	0,613	-0,756
21. раздражительная – невозмутимая	0,662		0,946		0,901	

Установлено, что объект «Курящая женщина» в семантическом поле каждой исследуемой группы находится в отдалении от других объектов оценивания: во всех пяти случаях он расположен на отрицательном полюсе фактора «Социальная желательность».

Иными словами, подавляющее большинство реципиентов оценивают курящую женщину как непривлекательную, раздражительную, слабую и враждебную. Единодушны респонденты и в оценке гендерных особенностей данного образа: курящей женщине, в целом, приписываются андрогинные качества.

Для более детального изучения специфики восприятия образа курящей женщины анализировались предпочтения, продемонстрированные реципиентами в ходе последнего этапа сбора эмпирических данных (выбор изображений). Благодаря применению U-критерия Манна-Уитни было установлено, что мужчины, в целом, склонны считать курящих женщин более привлекательными и современными, нежели чем реципиенты-женщины (см. Таблицу 3).

Таблица 3. Сравнительный анализ выраженности изучаемых показателей восприятия образов курящих женщин

Показатели (Доля выборов образов курящих женщин)	Средние значения		U-критерий	p
	Муж.	Жен.		
Привлекательная женщина	18,50	8,00	779,50	0,001
Современная женщина	18,20	9,30	832,50	0,003



Рис. 1. Размещение объектов оценивания в семантическом пространстве факторов «Социальная желательность» – «Гендерная идентичность» (подгруппа феминных женщин)

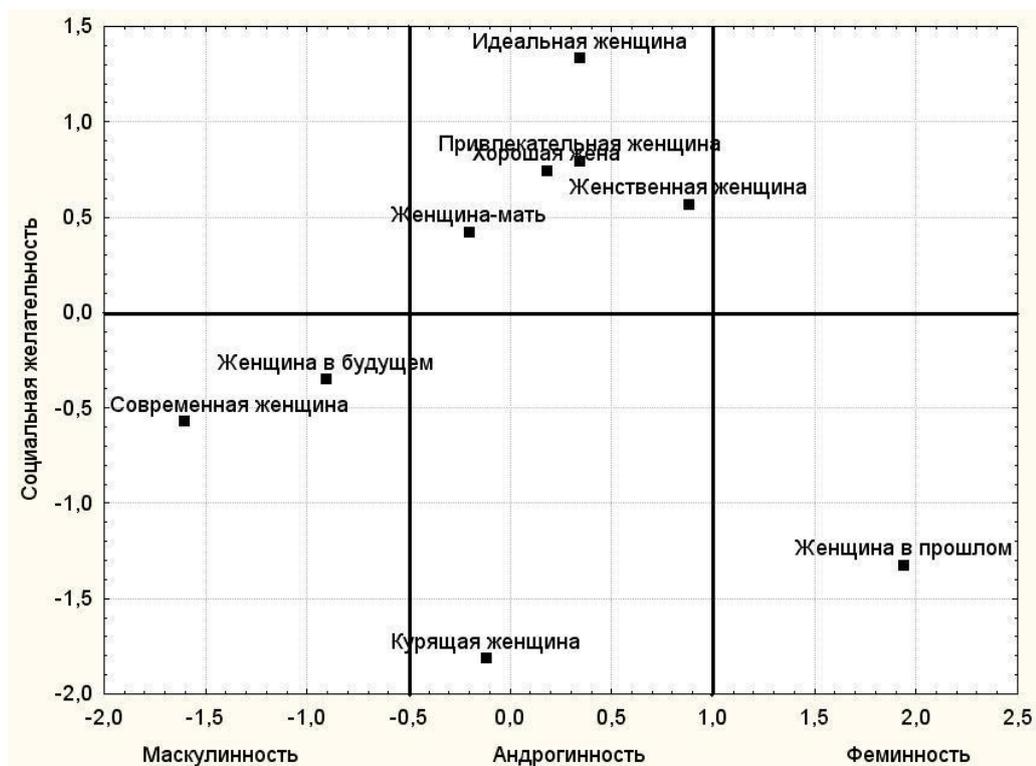


Рис. 2. Размещение объектов оценивания в семантическом пространстве факторов «Социальная желательность» – «Гендерная идентичность» (подгруппа маскулинных мужчин)

Для изучения значимых различий в отношении к образу курящей женщины реципиентами выделенных подгрупп также использовался непараметрический U-критерий Манна-Уитни. В женской выборке такие различия не выявлены. В мужской же установлено ряд закономерностей.

Так, маскулинные мужчины, в целом, выбирают гораздо больше изображений женщин, которых они считают сексуально привлекательными, чем феминные мужчины (см. Таблицу 4): в среднем, они считают таковой каждую третью женщину. При этом более четверти таких изображений – это образы курящих женщин (в среднем, привлекательными считаются 85% просмотренных изображений женщин с сигаретой), что значительно выше, чем в других подгруппах, в частности, в группе андрогинных мужчин.

Таблица 4. Сравнительный анализ выраженности изучаемых показателей восприятия образов курящих женщин

Показатели	Средние значения		U-критер.	p
	Маск.М.	Фем.М.		
Количество выбранных изображений сексуально привлекательных женщин	48,10	16,25	20,00	0,047
	Маск.М.	Анд.М.		
Доля выборов образов курящих женщин: сексуально привлекательная женщина	28,00	14,90	85,00	0,013

Однако, маскулинные мужчины в гораздо меньшей степени склонны воспринимать курящую женщину в качестве своей возможной супруги и в качестве современной женщины не отрицая при этом ее сексуальной привлекательности (см. Таблицу 5):

Таблица 5. Сравнительный анализ выраженности изучаемых показателей восприятия образов курящих женщин у маскулинных мужчин

Показатели (Доля выборов образов курящих женщин)	Сред. значения		U-критерий	p
	1	2		
(1) женщина, на которой я бы женился;	6,60	28,00	17,00	0,004
(2) сексуально привлекательная женщина				
	2	3		
(2) сексуально привлекательная женщина;	28,00	12,80	27,50	0,030
(3) современная женщина				

Сходная тенденция наблюдается и в выборке андрогинных мужчин, которые гораздо чаще воспринимают курящую женщину как современную, нежели чем видят ее на месте своей потенциальной супруги (см. Таблицу 6):

Таблица 6. Сравнительный анализ выраженности изучаемых показателей восприятия образов курящих женщин у андрогинных мужчин

Показатели (Доля выборов образов курящих женщин)	Сред. значения		U-критерий	p
	1	3		
(1) женщина, на которой я бы женился; (3) современная женщина	5,20	18,10	24,00	0,000

В заключение мы попытались определить, какие личностные особенности определяют привлекательность образа курящей женщины. Для ответа на данный вопрос мы прибегли к процедуре дисперсионного анализа, позволившего выявить два значимых эффекта в выборках андрогинных женщин и маскулинных мужчин (см. Таблицы 7 – 8 и Рисунки 3 – 4).

Таблица 7. Эффект уровня выраженности показателя «Склонность к аддиктивному поведению» на показатель «Восприятие курящей женщины в качестве образца для подражания» (однофакторный дисперсионный ANOVA межгрупповой дизайн)

Уровни склонности к аддиктивному поведению	Восприятие курящей женщины как образца для подражания
низкий	1,06
средний	1,00
высокий	2,00

Примечание: Главный эффект показателя «Склонность к аддиктивному поведению» на показатель «Восприятие курящей женщины в качестве образца для подражания»: $F(11,81) = 0,03$, $p = 0,000$

Полученные данные наглядно демонстрируют, что, чем выше склонность андрогинных женщин к разного рода аддикциям (в том числе и к табакокурению), тем в большей степени они склонны рассматривать курящую женщину (и образы курящих женщин, репрезентируемые в СМИ) как образец для подражания.

Таблица 8. Эффект уровня выраженности показателя «Активность в социальных контактах» на восприятие курящей женщины как сексуально привлекательной (однофакторный дисперсионный ANOVA межгрупповой дизайн)

Уровни активности в социальных контактах	Восприятие курящей женщины как сексуально привлекательной
средний	2,00
высокий	1,12

Примечание: Главный эффект показателя «Активность в социальных контактах» на показатель «Восприятие курящей женщины как сексуально привлекательной»: $F(17,18) = 0,09$, $p = 0,003$

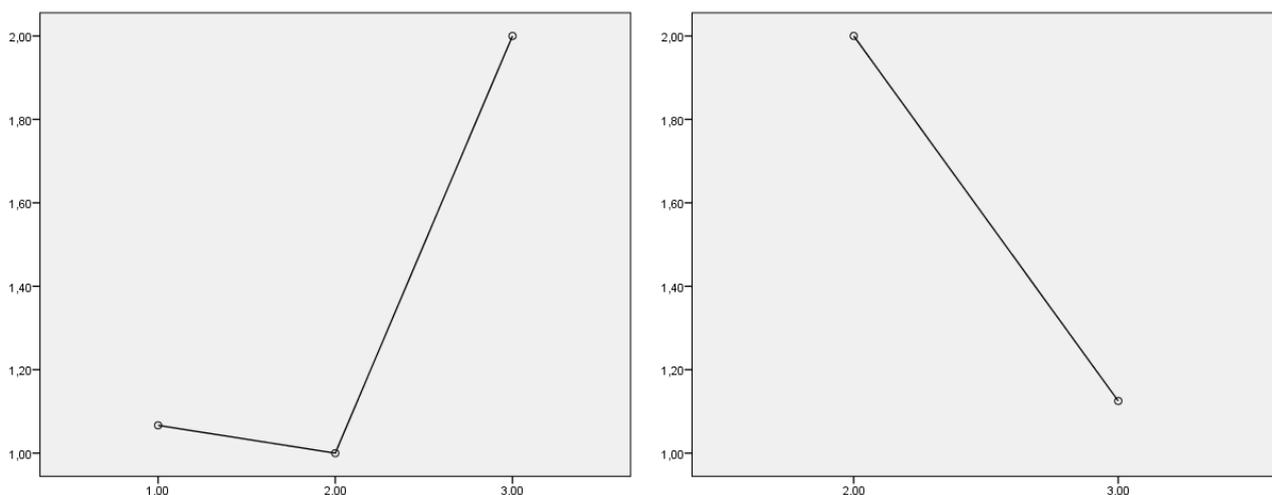


Рисунок 3. Эффект уровня выраженности склонности к аддиктивному поведению (ось X) на восприятие курящей женщины в качестве образца для подражания (ось Y)

Эффект уровня выраженности показателя «Смелость» (ось X) на восприятие курящей женщины как сексуально привлекательной (ось Y)

Таким образом, можно предположить, что, чем выше социальная активность маскулинных мужчин, тем менее сексуально привлекательной является для них курящая женщина.

Выводы

Таким образом, осуществленное исследование позволило выявить ряд закономерностей восприятия образа курящей женщины реципиентами разного пола. В частности, установлено, что мужчины считают данный образ более привлекательным и современным, чем женщины. Тем не менее, все респонденты, вне зависимости от своих гендерных особенностей, приписывают курящим женщинам андрогинные качества и расценивают их как социально нежелательных. При этом наличие склонности к аддиктивному поведению у андрогинных женщин определяет их выбор образа курящей женщины в качестве образца для подражания.

Список цитируемой литературы

1. ВОЗ: Количество курящих женщин в России выросло на 117% [Электронный ресурс]. URL: <http://www.fundshub.ru/society/russia/12803.php> (дата обращения: 7.05.2012).
2. Кафтанджиев Х. Образ женщины в рекламе. М.: «РИП-холдинг», 2007. 232с.
3. Куприянова, О.В. Образ женщины в средствах массовой информации в контексте гармонизации российского общества: автореф. дис. ... канд.фил.наук / О.В. Куприянова. Чита, 2009. 25с.

Статья 3

О.В. Кожевникова, А.С. Ионова

ОБРАЗ ИНТЕРНЕТ-ЗАВИСИМОСТИ У СТУДЕНТОК С ТЕНДЕНЦИЯМИ ОТКЛОНЯЮЩЕГОСЯ ПОВЕДЕНИЯ⁸⁴

В статье представлены результаты эмпирического исследования специфики образа интернет-зависимости у пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения. Проанализированы данные, полученные на выборке девушек-студенток с разной степенью выраженности тенденций к отклоняющемуся поведению, позволившие установить, что менее нормативные пользователи, на текущий момент не демонстрирующие в своем поведении явные признаки девиаций, относятся к феномену интернет-зависимости скорее нейтрально, чем отрицательно, не ассоциируя его с аддикцией как таковой.

Ключевые слова: образ, интернет-зависимость, отклоняющееся поведение

В настоящее время благодаря постоянному развитию цифровых и информационных технологий и упрощению доступа к ним все больше и больше людей начинают активно пользоваться ресурсами сети интернет для получения информации в учебных, профессиональных и личных целях. Доступность, удобство и скорость делают интернет незаменимым помощником в различных жизненных ситуациях: от поиска выходных данных книги до получения видео-инструкций по работе со сложными техническими устройствами. Интернет также расширяет границы межличностной коммуникации, упрощая и видоизменяя процесс общения. Кроме того, он предлагает множество возможностей для развлечений, получения дополнительного и основного заработка, покупки или продажи товаров и многое другое. Иными словами, интернет вмещает в себя все то, что может пригодиться современному человеку. Однако, в ряде случаев, оказываясь в виртуальном пространстве, пользователь слишком глубоко погружается в него, теряя связь с реальностью и приобретая склонность к интернет-зависимости. Психологические исследования в области влияния интернет-пространства на личность пользователей ведутся сравнительно недавно, привлекая внимание как зарубежных, так и отечественных авторов [1, 2, 3, 7, 8 и др.]. При этом мнения ученых о специфике аддиктивного поведения в сети, критериях нормативности пользовательской активности и признаках сформированности кибер-зависимости существенным образом расходятся. Да и сами пользователи абсолютно по-разному воспринимают данную проблему: кто-то считает интернет-зависимость серьезным отклонением, а кто-то отрицает сам факт ее существования, полагая, что без труда сможет контролировать свое сетевое поведение. Мы полагаем, что образ интернет-зависимости пользователей всемирной сети – это одна из важных составляющих в описании и понимании феномена кибер-аддикции в

⁸⁴ Опубликовано: Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2015. №4. С. 88-98.

целом, ведь образная сфера личности определяется, в том числе, и психологическими особенностями индивида [5, с. 355]: так, образ интернет-зависимости может конструироваться по-разному у лиц, предрасположенных к отклоняющемуся поведению, и у тех, кто не склонен к поведенческим девиациям. Нами была выдвинута гипотеза о том, что образ интернет-зависимости пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения более позитивен, так как сам феномен не ассоциируется ими однозначно – в отличие от более нормативных пользователей – с аддикцией как таковой. В ходе исследования, основанного на применении комплекса исследовательских методов и методик и сравнительно-сопоставительном анализе данных, полученных на выборках лиц с предрасположенностью к отклоняющемуся поведению и нормативных пользователей сети, мы выявили как сходства, так и различия в образе интернет-зависимости представителей двух указанных групп.

Организация и методы эмпирического исследования

В эмпирическом исследовании на различных его этапах приняли участие 119 человек, являющихся пользователями ресурсов сети интернет (100 женщин и 19 мужчин в возрасте 18-35 лет: студенты и работники, занятые в различных отраслях экономики, имеющие среднее, среднее профессиональное, незаконченное высшее и высшее образование). Сначала нами было осуществлено пилотажное исследование, к участию в котором мы привлекли 31 человека (17 юношей и 14 девушек, имеющих различное социальное положение и уровень образования, являющихся пользователями сети интернет). Испытуемым было предложено заполнить анкету из 6 вопросов, направленных на определение степени их сетевой активности, и пройти тесты, предназначенные для изучения склонности к девиантному поведению и интернет-зависимости. Кроме того, использовался метод словесных ассоциаций (респондентам необходимо было назвать любые положительные и отрицательные ассоциации со словом «Интернет») с целью определения категорий для построения частного семантического дифференциала. В ходе контент-анализа собранного массива вербальных реакций были выделены следующие наиболее частотные категории: «Интернет-зависимость», «Разрушение», «Отдых», «Курение», «Радость», «Горе», «Отвращение», «Алкоголизм», «Интернет», «Познание», «Тайна», «Удивление», «Гнев», «Стыд», «Наркомания», «Общение», «Развлечение», «Жестокость», «Интерес», «Страх» [4].

К основной части исследования было привлечено 88 человек (86 девушек и 2 юношей, являющихся студентами Удмуртского государственного университета). Испытуемым было предложено заполнить анкету, состоящую из 12 вопросов (например, «В течение какого времени вы являетесь пользователем сети интернет?» и т.п.). Кроме того, с помощью психодиагностических методик были изучены психологические особенности

пользователей сети интернет, в частности, склонность к интернет-зависимости и наличие тенденций отклоняющегося поведения (тест на интернет зависимость, автор К.С. Янг; методика диагностики склонности к отклоняющемуся поведению (СОП), автор А.Н. Орел). Также применялся частный семантический дифференциал [6], построенный по результатам анализа данных пилотажного исследования. Испытуемым было предложено оценить по 25 полярным шкалам (например, «пассивный – активный, тихий – громкий» и т.д.) двадцать объектов по семибалльной шкале в интервале от -3 до +3. Материалы исследования предъявлялись респондентам в формате электронных таблиц (.xls), которые необходимо было заполнить и отослать по электронной почте. Участие в исследовании было многоэтапным и добровольным, поэтому некоторые из полученных комплектов оказались неполными. В итоге, для более детального анализа было отобрано 50 комплектов данных, полученных от респондентов-девушек в возрасте 19-21 года.

Результаты исследования и их обсуждение

В ходе решения первой эмпирической задачи нашего исследования, заключающейся в изучении индивидуально-психологических особенностей пользователей сетевых ресурсов на основании данных психодиагностических методик, проанализированных с помощью процедур кластеризации, в изучаемой выборке было выделено две подгруппы, различающиеся по степени выраженности у испытуемых таких характеристик как интернет-зависимость, склонность к нарушению правил и норм, склонность к аддиктивному поведению, волевой контроль социальных реакций. Первая подгруппа (21 студентка) была обозначена как «интернет-пользователи с тенденциями отклоняющегося поведения», вторая (29 студенток) – «интернет-пользователи с отсутствием тенденций отклоняющегося поведения» или «нормативные пользователи». Анализ данных с помощью непараметрического U-критерия Манна-Уитни позволил выявить значимые различия между показателями при сопоставлении двух групп испытуемых: «Склонность к интернет-зависимости» ($p \leq 0,01$); «Склонность к нарушению правил и норм» ($p \leq 0,01$); «Склонность к аддиктивному поведению» ($p \leq 0,01$); «Склонность к самоповреждающему и саморазрушающему поведению» ($p \leq 0,05$); «Склонность к делинквентному поведению» ($p \leq 0,01$); «Волевой контроль социальных реакций» ($p \leq 0,05$) (см. Таблицу 1):

Таблица 1. Сравнительный анализ выраженности изучаемых показателей интернет-пользователей с разной степенью предрасположенности к отклоняющемуся поведению

№	Изучаемый показатель	Среднее значение		U-критерий	Уровень достоверности,
		Пользователи с тенденциям	Пользователи с отсутствием		

		и отклоняющ егося поведения (n=21)	м тенденций отклоняющ егося поведения (n=29)		р
1	Склонность к интернет-зависимости	54,24	36,28	150,00	p≤0,001
2	Склонность к нарушению правил и норм	52,00	42,93	128,00	p≤0,001
3	Склонность к аддиктивному поведению	46,71	40,10	110,50	p≤0,001
4	Склонность к делинквентному поведению	49,57	42,24	115,00	p≤0,001
5	Склонность к самоповреждающему и саморазрушающему поведению	46,95	40,10	178,50	p≤0,05
6	Волевой контроль социальных реакций	45,10	41,10	182,50	p≤0,05
7	Склонность к агрессии и насилию	44,57	43,89	286,00	p≥0,05
8	Принятие женской роли	51,23	53,13	246,00	p≥0,05
9	Установка на социально-желательные ответы	56,57	58,17	258,50	p≥0,05

Примечание: в таблице жирным шрифтом выделены показатели, по которым выявлены значимые различия в двух анализируемых группах

Помимо этого, были детально проанализированы ответы респондентов на вопросы анкеты (более подробно эти данные представлены в рамках другой нашей публикации, находящейся в печати). В итоге установлено, что пользователи с тенденциями отклоняющегося поведения характеризуются выраженной склонностью к возникновению интернет-зависимости и уже в настоящее время испытывают незначительные проблемы в результате своей деятельности в сети, которая активно используется ими для развлекательных целей. Они отличаются и тем, что с легкостью готовы нарушить общепринятые правила и нормы в некоторых ситуациях. Кроме того, они имеют определенную предрасположенность к аддиктивному, самоповреждающему и противоправному поведению, которая, вероятно, не реализуется в силу довольно высокого самоконтроля эмоциональных реакций. Возможно, указанные тенденции проявятся более отчетливо в ситуациях, когда самоконтроль будет ослаблен.

Вторая эмпирическая задача нашего исследования предполагала изучение специфики образа интернет-зависимости пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения. Для ее решения были проанализированы данные, полученные с помощью методики частного семантического дифференциала. На первом этапе анализа данных усредненные матрицы оценок, полученные в ходе осуществления процедур

частного семантического дифференциала, были подвергнуты факторному анализу. В результате факторно-аналитической обработки данных, полученных на выборке пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения были выделены четыре значимых фактора «Оценка», «Активность», «Сложность», «Длительность» (см. Таблицу 2):

Таблица 2. Результаты факторного анализа в выборке пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения

	Оценка	Активность	Сложность	Длительность
1.пассивный – активный	-0,727	0,516		
2.тихий – громкий	-0,591	0,739		
3.яркий – тусклый	0,881			
4.быстрый – медленный	0,614	-0,673		
5.опасный – безопасный	-0,930			
6.веселый – грустный	0,973			
7.здоровый – болезненный	0,936			
8.красивый – безобразный	0,953			
9.полезный – бесполезный	0,921			
10.приятный – неприятный	0,950			
11.светлый – темный	0,954			
12.тяжелый – легкий	-0,930			
13.грубый – нежный	-0,900			
14.теплый – холодный	0,937			
15.живой – безжизненный	0,938			
16.большой – маленький		-0,580	0,634	
17.сильный – слабый		-0,623	0,484	
18.конкретный – абстрактный	-0,403			0,668
19.осознанный – неосознанный	0,414	0,749		
20.сложный – простой	-0,681		0,577	
21.таинственный – обычный			0,627	
22.движущийся – неподвижный	0,580	-0,584		
23.кратковременный – длительный	0,438			-0,433
24.упорядоченный – хаотичный		0,684	0,504	
25.устойчивый – изменчивый	-0,558	0,658		
Доля объяснимой дисперсии:	54,01%	18,57%	7,53%	5,48%

Содержание признаков, входящих в первый фактор (54,01% общей дисперсии), позволяет интерпретировать его как традиционный осгудовский фактор «Оценка». Максимальный балл по данному фактору получил объект «Радость», минимальный – «Горе»; высокие значения у объектов «Отдых», «Удивление», «Общение», «Развлечение», «Интерес», низкие – «Курение», «Алкоголизм», «Наркомания». Второй фактор (18,57% объяснимой дисперсии) был проинтерпретирован как «Активность». Максимальный балл по данному фактору получил объект «Разрушение», минимальный балл у объекта «Тайна». Высокие значения у таких объектов как «Гнев», низкие

значения – «Отдых», «Курение». Третий фактор (7,53% объяснимой дисперсии) был обозначен нами как «Сложность». Максимальный балл по данному фактору получил объект «Познание», минимальный – «Алкоголизм». В пределах высоких значений по фактору находятся такие объекты как «Тайна», «Интернет-зависимость», низкие значения у таких объектов как «Удивление», «Общение», «Развлечение». Четвертый фактор (5,48% объяснимой дисперсии) – «Длительность». Максимальный балл по данному фактору получил объект «Алкоголизм», минимальный – «Страх». В пределах низких значений по данному фактору находятся такие объекты как «Удивление», «Стыд», высокие значения у объекта «Познание». Остальные объекты группируются в пределах средних значений по каждому из факторов.

При анализе данных по выборке пользователей с отсутствием тенденций к отклоняющемуся поведению были выделены аналогичные факторы (см. Таблицу 3).

Таблица 3. Результаты факторного анализа в выборке пользователей интернета с отсутствием тенденций отклоняющегося поведения

	Оценка	Активность	Сложность	Длительность
1.пассивный – активный	-0,877			
2.тихий – громкий	-0,541	0,749		
3.яркий – тусклый	0,942			
4.быстрый – медленный	0,437	-0,819		
5.опасный – безопасный	-0,889			
6.веселый – грустный	0,948			
7.здоровый – болезненный	0,951			
8.красивый – безобразный	0,955			
9.полезный – бесполезный	0,947			
10.приятный – неприятный	0,950			
11.светлый – темный	0,971			
12.тяжелый – легкий	-0,911			
13.грубый – нежный	-0,938			
14.теплый – холодный	0,952			
15.живой – безжизненный	0,902			
16.большой – маленький	0,759		0,415	
17.сильный – слабый	0,532	-0,483	0,434	
18.конкретный – абстрактный			-0,775	0,407
19.осознанный – неосознанный	0,477	0,680		
20.сложный – простой	-0,716		0,581	
21.таинственный – обычный		0,448	0,669	
22.движущийся – неподвижный	0,764			
23.кратковременный – длительный				-0,780
24.упорядоченный – хаотичный		0,848		
25.устойчивый – изменчивый	-0,442			
Доля объяснимой дисперсии:	56,88%	15,21%	8,17%	7,23%

Максимальный балл по фактору «Оценка» получил объект «Радость», минимальный «Курение». В пределах высоких значений по фактору находятся такие объекты как «Отдых», «Общение», «Развлечение», низкие значения по фактору получили объекты «Горе», «Алкоголизм, «Наркомания». Максимальный балл по фактору «Активность» получил объект «Гнев», минимальный – «Тайна». Высокие значения по фактору у таких объектов как «Разрушение», «Удивление», низкие значения у таких объектов как «Курение», «Познание». Максимальный балл по фактору «Сложность» получил объект «Познание», минимальный – «Курение». Высокие значения по фактору получили такие объекты как «Интернет», «Тайна», низкие значения у объектов «Отдых», «Развлечение». Максимальный балл по фактору «Длительность» получил объект «Алкоголизм», минимальный – «Удивление». В пределах низких значений по фактору располагаются такие объекты как «Стыд», «Страх», высокие значения по фактору у объекта «Познание». Остальные объекты группируются в пределах средних значений.

В отношении всех четырех факторов для каждой из анализируемых групп были построены семантические пространства оцениваемых объектов (см. рисунки 1 – 4).

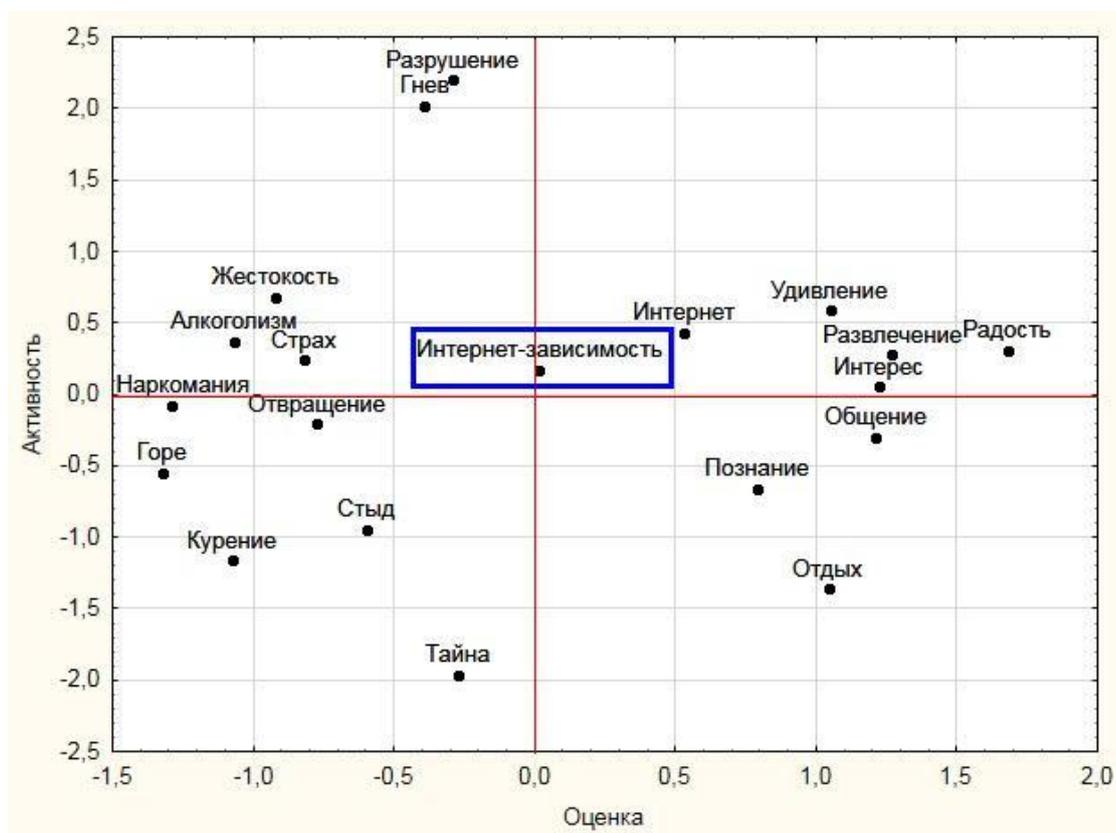


Рис. 1. Размещение объектов оценивания в семантическом пространстве факторов «Оценка» – «Активность» (пользователи интернета с тенденциями отклоняющегося поведения)

Проанализируем размещение объектов оценивания в семантическом пространстве первых двух факторов – «Оценка» и «Активность» – у пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения. В пределах средних значений по обоим факторам оцениваются такие объекты, как: «Интернет», «Интернет-зависимость», «Познание», «Стыд», «Отвращение», «Страх», «Жестокость». Остальные объекты разместились следующим образом: «Радость», «Развлечение», «Интерес», «Удивление», «Общение» оцениваются позитивно и воспринимаются как явления со средней активностью; «Отдых» оценивается позитивно и воспринимается как явление с низкой активностью; «Тайна» оценивается нейтрально и воспринимается как явление с низкой активностью; «Курение» оценивается негативно и воспринимается как явление с низкой активностью; «Горе», «Наркомания», «Алкоголизм» оцениваются негативно и воспринимаются как явления со средней активностью; «Разрушение», «Гнев» оцениваются нейтрально и воспринимаются как явления с высокой активностью.

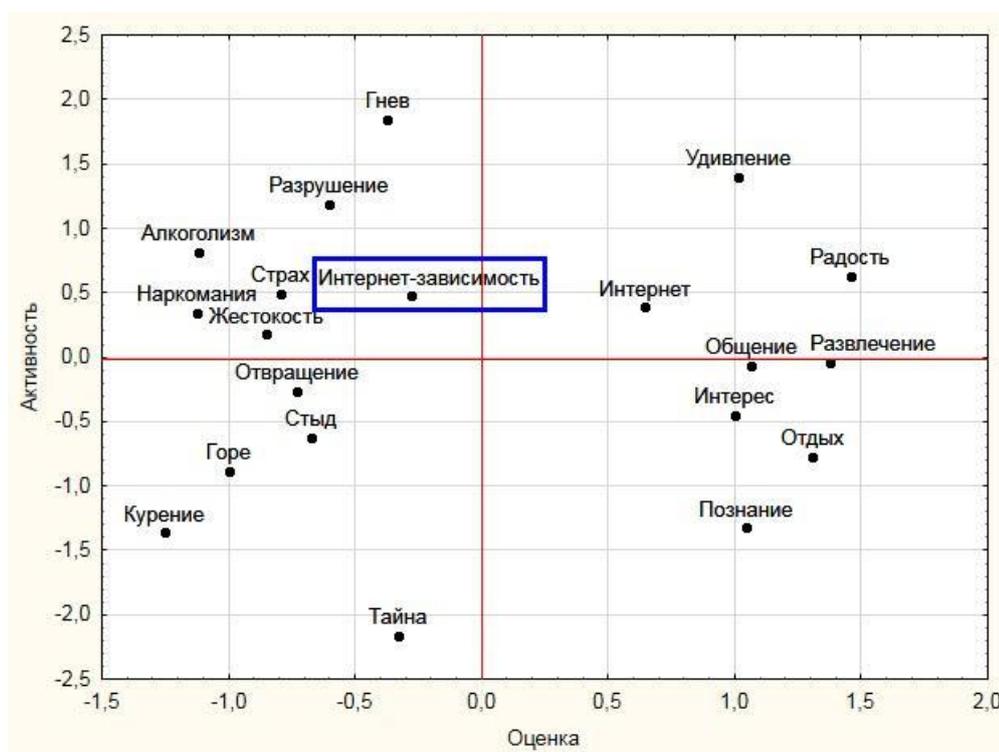


Рис. 2. Размещение объектов оценивания в семантическом пространстве факторов «Оценка» – «Активность» (пользователи интернета с отсутствием тенденций отклоняющегося поведения)

Семантическое пространство, построенное на основании данных пользователей второй группы, характеризуется следующими особенностями: в пределах средних значений оцениваются такие объекты как: «Интернет-зависимость», «Интернет», «Познание», «Стыд», «Страх», «Отвращение», «Жестокость». Более выраженные оценки у таких объектов как: «Отдых» оценивается позитивно и воспринимается как явление с низкой активностью; «Общение», «Развлечение», «Интерес», «Радость», «Удивление» оцениваются

позитивно и воспринимаются как явления со средним уровнем активности; «Разрушение» и «Гнев» оцениваются нейтрально и воспринимаются как явления с высокой активностью; «Алкоголизм», «Наркомания» и «Горе» оцениваются негативно и воспринимаются как явления со средней активностью; «Тайна» оценивается нейтрально и как явление с низкой активностью.

В рамках данного исследования особый интерес вызывает размещение в анализируемых семантических пространствах объекта «Интернет-зависимость»: можно отметить, что пользователями с тенденциями отклоняющегося поведения интернет-зависимость оценивается нейтрально и не соотносится с другими объектами, в то время как представителями второй группы она ассоциируется с феноменами, имеющими ту или иную степень негативной окрашенности, расположенными на отрицательном полюсе.

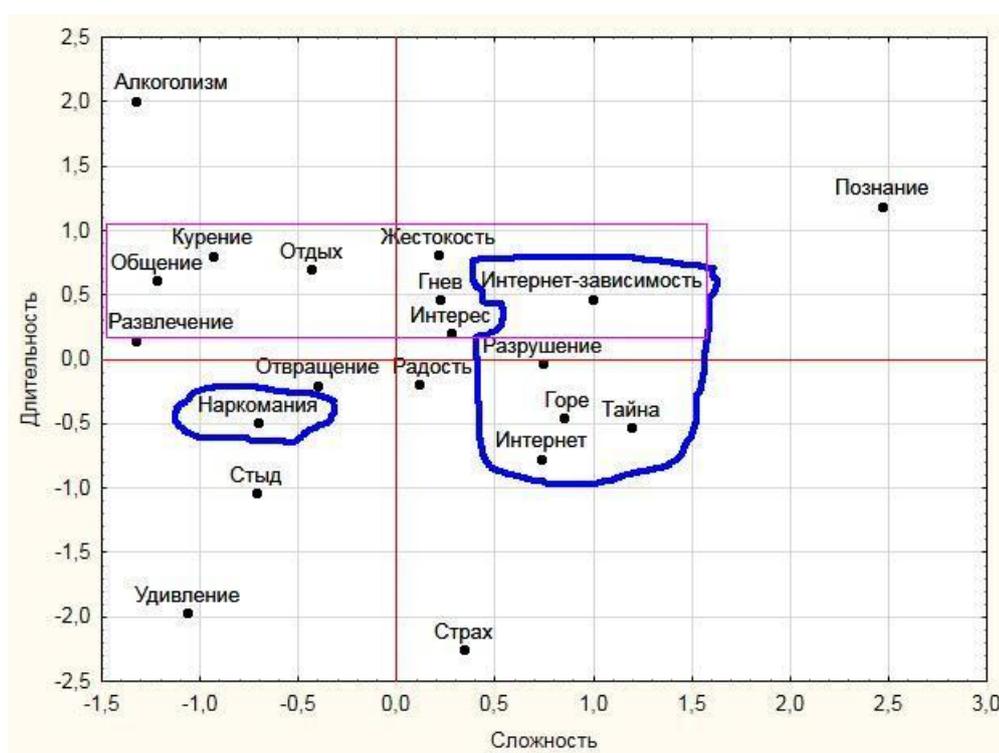


Рис. 3. Размещение объектов оценивания в семантическом пространстве факторов «Сложность» – «Длительность» (пользователи интернета с тенденциями отклоняющегося поведения)

Рассмотрим размещение объектов в семантическом пространстве следующих двух факторов – «Сложность» и «Длительность». В пределах средних значений по обоим факторам в группе пользователей с отклоняющимся поведением оцениваются такие объекты как «Интернет», «Горе», «Разрушение», «Радость», «Интерес», «Гнев», «Жестокость», «Отвращение», «Отдых», «Наркомания», «Курение». Остальные стимульные объекты разместились следующим образом: «Интернет-зависимость» воспринимается как сложное явление невыраженной длительности;

«Познание» воспринимается как сложное и длительное явление; «Страх» и «Стыд» воспринимаются как кратковременные явления средней сложности; «Удивление» воспринимается как простое и кратковременное явление; «Развлечение» и «Общение» воспринимаются как простое явление со средним уровнем длительности; «Алкоголизм» воспринимается как простое и конкретное явление.

В группе нормативных пользователей в пределах средних значений оцениваются такие объекты как: «Интернет-зависимость», «Наркомания», «Разрушение», «Гнев», «Интерес», «Жестокость», «Горе», «Радость», «Отвращение». Остальные объекты размещены следующим образом: «Познание» воспринимается как сложное и длительное явление; «Интернет» и «Тайна» воспринимаются как сложные явления со средним уровнем длительности; «Удивление» и «Стыд» воспринимаются как кратковременные явления со средним уровнем сложности; «Отдых», «Развлечение», «Общение» и «Курение» воспринимаются как простые явления со средним уровнем длительности; «Алкоголизм» воспринимается как длительное явление со средним уровнем сложности.

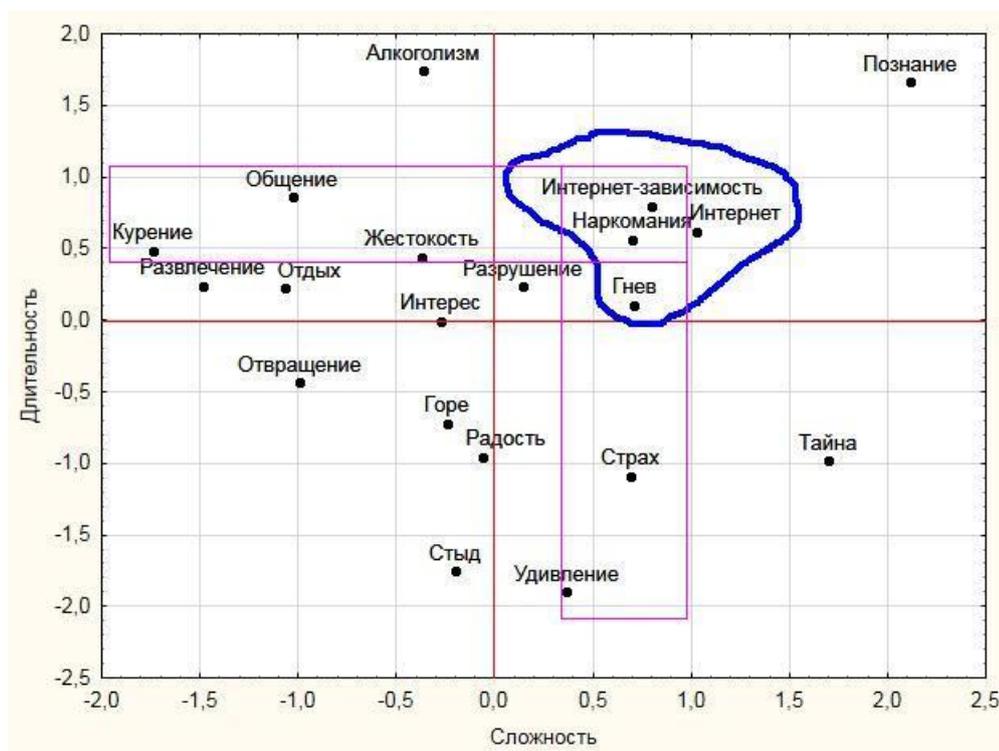


Рис. 4. Размещение объектов оценивания в семантическом пространстве факторов «Сложность» – «Длительность» (пользователи интернета с отсутствием тенденций отклоняющегося поведения)

Небезынтересен тот факт, что у нормативных пользователей интернет-зависимость вызывает, скорее всего, гнев и соотносится, прежде всего, с наркоманией, в то время как для пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения она окутана тайной, как и сам интернет, несет с

собой разрушение и горе, но при этом не ассоциируется ни с одной из других аддикций.

Итак, установлено, что образ интернет-зависимости пользователей с тенденциями отклоняющегося поведения скорее нейтрален, чем отрицателен. При этом интернет-зависимость не ассоциируется ими с другими видами аддиктивного поведения. Можно предположить, что пользователи, имея выраженную склонность к возникновению интернет-зависимости, не оценивают данный феномен отрицательно и не соотносят его с другими аддикциями, чтобы избежать появления возможных внутриличностных конфликтов в случае признания наличия у себя негативных поведенческих паттернов.

Выводы

Таким образом, выдвинутая нами гипотеза частично подтвердилась: действительно, пользователи с тенденциями отклоняющегося поведения не ассоциируют интернет-зависимость с аддикцией как таковой, но и не оценивают данный феномен более позитивно, как мы предполагали, а склоняются к нейтральной оценке. Столь лояльное отношение к явлению, традиционно воспринимаемому негативно, может быть обусловлено тем, что указанные лица сами имеют выраженную склонность к возникновению интернет-зависимости и, вероятно, воздерживаются от отрицательных оценок во избежание возможных внутриличностных конфликтов. В условиях, благоприятных для проявления предрасположенности к девиациям в реальном поведении, выявленные тенденции могут привести к изменению содержательных и структурных характеристик образа интернет-зависимости.

Мы полагаем, что результаты данного исследования могут применяться в ходе разработки стратегий поддержки интернет-зависимых лиц и их близких, для оказания им консультативной и коррекционной помощи, а также в целях психологической профилактики и просвещения широких масс населения. Материалы выпускной квалификационной работы могут использоваться в процессе профессиональной подготовки психологов, в частности, в преподавании таких университетских дисциплин как «Информационные и коммуникационные технологии в деятельности психолога», «Психологические аспекты взаимодействия с информационными системами», «Психология девиантного поведения» и др., в том числе, и для дальнейшего более детального изучения феномена кибер-аддикции как одной из форм современных техногенных зависимостей. Логическим продолжением данного исследования может стать изучение причинно-следственных связей рассмотренных нами явлений. Интересно было бы определить: позитивный образ интернет-зависимости способствует усилению тенденций отклоняющегося поведения, или же предрасположенность к поведенческим отклонениям становится причиной формирования положительного образа аддикции.

Список цитируемой литературы

1. Бабаева Ю.Д., Войскунский А.Е., Смыслова О.В. Интернет: воздействие на личность // Психология зависимости: Хрестоматия / Сост. К. В. Сельченко. Мн.: Харвест, 2004. С. 175-204.
2. Войскунский А.Е. Актуальные проблемы психологии зависимости от Интернета // Психологический журнал. М.: Институт психологии РАН, 2004. Т. 25. № 1. С. 90-100.
3. Интернет-зависимость: психологическая природа и динамика развития / ред.-сост. А.Е. Войскунский. М.: Акрополь, 2009. 279с.
4. Ионова А.С., Кожевникова О.В. Представления активных и неактивных интернет-пользователей об интернет-зависимости // Человек в мире. Мир в человеке: актуальные проблемы философии, социологии, политологии и психологии: материалы XVII Международной науч.-практ. конф. (27-28 ноября 2014 г.) / под ред. Н. И. Бересневой, А.Ю. Внутских, А.Е. Кузнецова, Е.В. Тюляевой, Н.М. Мехряковой, Ю.В. Ветошкиной, С.А. Щебетенко. Пермь, 2014. С. 493-498.
5. Кожевникова О.В., Шавалеева З.Н. Отношение к сети интернет женщин с разным уровнем склонности к киберзависимости // Вестник Таджикского национального университета. Душанбе: Сино, 2011. С. 355-360.
6. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. СПб.: Питер, 2005. 480 с.
7. Griffiths M.D. Internet Abuse and Internet Addiction in the Workplace // Journal of Workplace Learning. 2010. №7. С. 463-472.
8. Young K.S. Internet Addiction: a Handbook and Guide to Evaluation and Treatment. New York: John Wiley and Sons, Inc., 2010. 314 p.

Учебное издание

ПСИХОСЕМАНТИКА
МЕТОД СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА
Учебно-методическое пособие

О.В. Кожевникова: Предисловие, Раздел 1 (1.2), Раздел 2 (2.4 – 2.10),
Приложения
С.А. Вьюжанина: Раздел 1 (1.1., 1.3), Раздел 2 (2.1 – 2.3)

Авторская редакция

Компьютерный набор и верстка: О.В. Кожевникова

Дизайн обложки: Светлана Фирстова

Подписано в печать 26.02.2016. Формат 60x84 1/16.
Усл. печ. л. 6,4. Уч.-изд. л. 5,2.
Тираж 300 экз. Заказ № 339.

Издательский центр «Удмуртский университет»
426034, Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 4, каб. 207.
Тел./факс: +7 (3412) 500-295 E-mail: editorial@udsu.ru

Типография Издательского центра
«Удмуртский университет»
426034, Ижевск, ул. Университетская, 1, корп. 2.
Тел. 68-57-18