

# Методика и техника социологических исследований

© 1992 г.

**Л.А. СТЕПНОВА**

## **ИЗУЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ МЕТОДОМ СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА**

---

*СТЕПНОВА Людмила Анатольевна — к.соц.н., кафедра социологии Российской академии управления. В нашем журнале публикуется впервые.*

---

При разработке плана конкретного социологического исследования возникает проблема преодоления разрыва между теоретическим и эмпирическим этапами. Суть проблемы — в понимании разницы между научно-теоретическим видением социальной реальности и ее субъективным образом в обыденном сознании [1]. При разработке инструментария (анкеты, бланка интервью и т.д.) социолог должен отдавать себе отчет в том, что документ, созданный только на основе теоретической конструкции и не учитывающий всего феноменологического богатства смысловых, эмоциональных, мотивационных, осознаваемых и неосознаваемых составляющих субъективного образа, будет, по крайней мере, некорректным.

При решении данной проблемы необходимо глубокое проникновение в смысловое пространство того или иного явления, причем не только на уровне отдельных индивидов, но и на уровне массового сознания.

Например, при изучении экономического сознания важно определить, как новые экономические реальности (частная собственность, аренда, рыночная экономика и т.п.) отражаются в сознании людей.

Одним из способов исследования смысловых образований массового сознания стала техника семантического дифференциала, разработанная группой американских психологов во главе с Ч. Осгудом и адаптированная в нашей стране В.Ф. Петренко [2—6]. Метод семантического дифференциала — это измерительная техника, основанная на применении факторного анализа при анализе значения. Данный метод в социологических исследованиях [7—10], как правило, не связывался с факторным анализом полученных результатов: брался классический осгудовский набор шкал и три фактора (оценки, активности, силы), которые и прикладывались к изучаемой предметной области.

При этом упускались из виду богатейшие теоретические и методические возможности данной техники, связанные с построением частных семантических пространств, образуемых набором специфических для той или иной предметной области факторов. По мнению авторов методики [4], фактор, образуемый совокупностью шкал, является смысловым инвариантом, в котором слиты воедино знание об объекте и отношение к нему. Именно поэтому метод семантического дифференциала позволяет оценивать субъективный аспект значения, связанный с личностным смыслом, социальными установками, стереотипами и другими эмоционально насыщенными, слабо структурированными и малоосознаваемыми формами обобщения.

## Фрагмент опросного листа

Шкалы	Понятие «частная собственность»					
1. Дисциплинированный	2	1	0	1	2	Недисциплинированный
2. Демократичный	2	1	0	1	2	Недемократичный
3. Активный	2	1	0	1	2	Пассивный
4. Энергичный	2	1	0	1	2	Вялый
5. Неделовой	2	1	0	1	2	Деловой
6. Качественный	2	1	0	1	2	Некачественный
7. Убыточный	2	1	0	1	2	Выгодный
8. Богатый	2	1	0	1	2	Бедный
9. Прогрессивный	2	1	0	1	2	Отсталый
10. Безответственный	2	1	0	1	2	Ответственный
11. Плановый	2	1	0	1	2	Стихийный
12. Неэффективный	2	1	0	1	2	Эффективный
13. Стабильный	2	1	0	1	2	Кризисный
14. Конкурентоспособный	2	1	0	1	2	Неконкурентоспособный
15. Непрофессиональный	2	1	0	1	2	Профессиональный
16. Реалистичный	2	1	0	1	2	Нереалистичный
17. Агрессивный	2	1	0	1	2	Мирный
18. Гуманный	2	1	0	1	2	Жестокий
19. Несвободный	2	1	0	1	2	Свободный
20. Нравственный	2	1	0	1	2	Безнравственный

Для того чтобы создать частный семантический дифференциал, позволяющий изучать смысловые особенности экономического сознания. Академией общественных наук, (ныне — Российская академия управления) было проведено исследование семантического пространства ряда экономических понятий. Данная работа осуществлена в рамках исследовательского проекта «Человек и рынок» в 1991 г. [11].

Основная цель исследования — анализ семантических полей четырех экономических понятий (рыночная экономика, частная собственность, кооператив, аренда). В задачи исследования входило: определение с помощью факторного анализа основных смысло-содержащих структур, служащих концептуальной системой, посредством которой происходит восприятие и оценка реалий экономической жизни, построение на основе полученной факторной структуры семантического пространства и размещение в нем изучаемых понятий, сравнение смыслового содержания данных понятий представителями различных групп населения.

Объем выборочной совокупности — 500 человек. Исследование проводилось в Центральной России, Сибири, Прибалтике, на Украине, в Закавказье. Квоты конструировались на основе следующих социально-демографических характеристик: пол, возраст, профессия, образование, регион. Было заполнено 474 опросных листа. Процедура измерения классическая: респонденты оценивали каждое понятие по 20-ти пятибалльным шкалам. Шкалы разрабатывались на основе экспертных оценок, анализа экономических словарей, а также контент-анализа газетной и журнальной периодики. Поскольку метод семантического дифференциала является психологической техникой, перед нами стояла задача адаптировать его к процедуре социологического исследования, т.е. учитывать условия массового опроса, максимальную простоту и удобство для респондента при заполнении опросного листа.

Опросный лист соответствовал классической осгудовской форме: одна страница на каждое понятие (см. Приложение 1).

На той же странице помещена инструкция, а внизу — паспортка. В ходе опроса каждый респондент оценивал только одно из названных понятий. В каждой квоте равномерно распределены для оценки все четыре понятия, по всему объему выборочной совокупности было получено примерно по 120 оценок каждого из них.

На основании средних оценок по шкалам строилась матрица интеркорреляции шкал, которая затем подвергалась процедуре факторного анализа. Он проводился

методом главных компонент и включал подпрограмму поворота факторной структуры по принципу *varimax*. При обработке результатов применялась также процедура кластерного анализа<sup>1</sup>.

Благодаря обработке данных были выделены факторные структуры и найдены нагрузки по факторам. Полученные факторы — достаточно независимые, что свидетельствует о многомерности оценки того или иного явления из сферы экономики<sup>2</sup>.

Что касается интерпретации факторов, то отметим следующее: названия их довольно условные. Как правило, фактор называют по наименованию одного из антонимов шкалы, имеющей максимальный вес по этому фактору и отражающей его основную смысловую нагрузку.

Ведущим оказался фактор, который в экономическом смысловом пространстве выразился как «эффективность—организованность—нравственность» (I). Перечислим шкалы с максимальными нагрузками по этому фактору: плановый-стихийный 0,95; эффективный-неэффективный 0,92; богатый-бедный 0,89; качественный-некачественный 0,87; дисциплинированный-недисциплинированный 0,81; нравственный-безнравственный 0,77; конкурентоспособный-неконкурентоспособный 0,76; демократичный-недемократичный 0,73; реалистичный-нереалистичный 0,77; агрессивный-мирный 0,67; стабильный-кризисный 0,57.

Данный фактор является оценочным и выражает эмоциональное отношение человека к рассматриваемому явлению. При оценке экономических понятий указанное отношение складывается из следующих параметров: эффективность, организованность, нравственность. Необходимо отметить, что в этой смысловой системе наряду с предметными оценками (эффективность, организованность) присутствует и этический компонент, т.е. оценка экономических явлений происходит не только по параметрам ее эффективности и организованности, но и сквозь призму нравственных категорий. Понятия «рыночная экономика», «частная собственность» и «кооператив» оцениваются как антигуманные, безнравственные.

Проблема взаимоотношений этики с экономикой в последнее время оказалась в центре дискуссий. По мнению одного из участников дискуссии, «парадоксальность нашего послереволюционного развития ни в чем, быть может, не проявилась так ярко, как в уничтожении нравственности посредством весьма своеобразного ее возвышения, выразившегося в подчинении ей всех других сфер и измерений человеческой жизни. Было провозглашено, что нравственность не есть нечто отвлеченно-безжизненное, отличное от экономики и политики, как это имело место до сих пор, что «при социализме» экономика и политика впервые сливаются с нравственностью и тем самым впервые наполняются реальным гуманистическим содержанием...» [12]. Сегодня происходит возвращение к общечеловеческим ценностям, отделение нравственности от других сфер и измерений человеческой жизни. Однако, как показывает наше исследование, в общественном сознании еще сохраняется стереотип, объединяющий экономику и нравственность, причем новые экономические реалии оцениваются как безнравственные.

Эта особенность экономического сознания интересна еще и с точки зрения операционализации понятий при составлении, например, анкеты. Разрабатывая блок вопросов, отражающих отношение к какому-либо экономическому явлению, необходимо принимать во внимание выделенные три компонента оценочной установки: эффективность, организованность, нравственность.

Самые низкие оценки по первому фактору имеет понятие «кооператив» (0,67), самые высокие — «аренда» (6,28) и «частная собственность» (5,32) (рис. 1). Эти оценки получены на всем массиве данных. Факторный анализ, проведенный в каждой из подгрупп, дифференцированных по возрасту, доходам, образованию, профессии, региону, показал, что высоко оценили понятие «кооператив» люди с неполным средним образованием, имеющие доход свыше 400 руб. (в момент проведения исследования

<sup>1</sup> Обработка результатов исследования проводилась в ВЦ Российской академии управления под руководством Т.Е. Сафоновой. Использовались программы факторного и кластерного анализов пакета *SPSS*, для графического представления результатов — пакет *Statgraphics*.

<sup>2</sup> Несмотря на относительную независимость факторов, они частично пересекаются. Поэтому некоторые шкалы входят одновременно в два фактора.

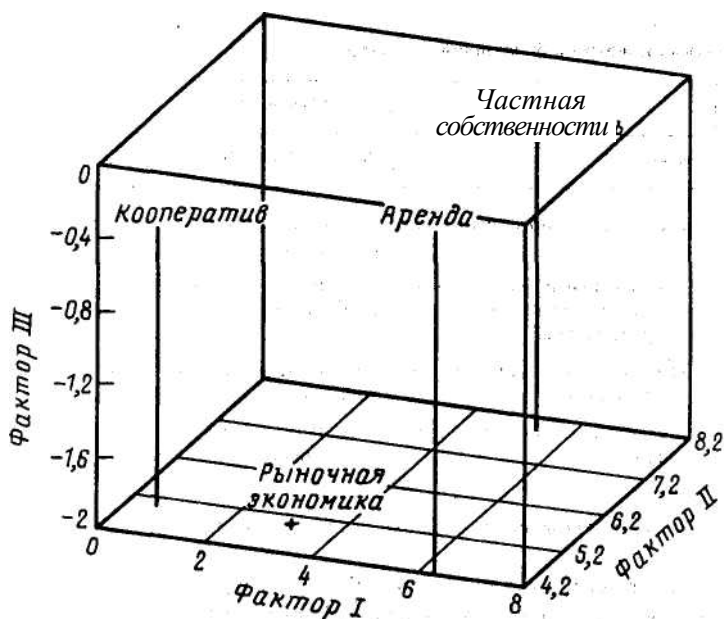


Рис. 1. Размещение экономических понятий в семантическом пространстве

один из самых высоких). Очень низко оценили это понятие респонденты, имеющие доходы от 100 до 200 руб., в возрасте до 30 лет и после 40 лет, со средним, специальным и высшим образованием, работники науки и культуры.

Вторым стал фактор, который можно назвать «деловая активность—свобода предпринимательства» (II). В него вошли следующие шкалы: энергичный-вялый 0,97; активный-пассивный 0,94; свободный-несвободный 0,93; убыточный-выгодный 0,93; деловой-неделовой 0,86; стабильный-кризисный 0,81; ответственный-безответственный 0,80; агрессивный-мирный 0,62.

Особенно высоко по этому фактору оценивается понятие «частная собственность», самые низкие оценки — у понятия «аренда» (см. рис. 1).

Третий фактор (III) представлен следующими шкалами: богатый-бедный 0,91; эффективный-неэффективный 0,88; конкурентоспособный-неконкурентоспособный 0,81; прогрессивный-отсталый 0,77; профессиональный-непрофессиональный 0,75; гуманный-жестокый 0,63.

Этот фактор имеет достаточно определенное содержание, связанное с конкурентоспособностью экономики, соответствием ее мировым стандартам. Условно его можно назвать «прогрессивность». Все четыре понятия оцениваются по этому фактору отрицательно (см. рис. 1).

Поскольку полученные факторы являются независимыми, можно утверждать, что субъективный образ каждого из понятий размещен в смысловом пространстве, образуемом векторами «эффективный-предприимчивый—прогрессивный» (см. приложение 2).

Возвращаясь еще раз к тому, что дает многомерное представление результатов социологического исследования, рассмотрим, к примеру, как происходит оценка понятия «аренда». По первому фактору это понятие имеет самые высокие оценки, по второму и третьему — оценивается отрицательно. Следовательно, если в анкете ставится задача выяснить отношение к такой форме хозяйствования, как аренда, надо операционализировать данное отношение, как минимум, по трем компонентам, соответствующим выделенным трем факторам. Иначе, зафиксировав в целом положительное отношение к аренде, получим заведомо ложный результат. Отсюда, видимо, и воз-

## Оценка экономических понятий в факторной структуре

Понятия	Факторы		
	эффективность	предприимчивость	прогрессивность
Частная собственность	Эффективная, организованная	Деловая, энергичная, свободная	Непрофессиональная, отсталая
Кооператив	Неэффективный, некачественный, неорганизованный, безнравственный	Активный, энергичный, свободный	Отсталый, неконкурентоспособный
Аренда	Эффективная, организованная нравственная	Активная, энергичная, деловая	Отсталая, непрофессиональная
Рыночная экономика	Среднеэффективно организованная	Активная, деловая, энергичная	Крайне отсталая

никают необъяснимые расхождения в общественном мнении, которые не так уж редки при опросах.

Рассмотрим еще пример, демонстрирующий, как не совсем точная операционализация понятий, не учитывающая категориальной структуры массового сознания, при анкетном опросе приводит к искажениям в оценке общественного мнения.

В основной анкете, разработанной в соответствии с программой «Человек и рынок», есть блок вопросов о рыночной экономике [11]. При оценке рыночной экономики методом семантического дифференциала, как уже говорилось, была получена трехфакторная концептуальная система, сквозь призму которой происходит оценка этого явления. Посмотрим, какова концептуальная структура вопросов, посвященных рыночной экономике, в основной анкете. Всего таких вопросов четыре. Один из них «Поддерживаете ли Вы переход к рыночной экономике?» — является одномерным и предполагает альтернативы: «да», «нет», «затрудняюсь ответить». Остальные три вопроса включают множество биполярных альтернатив и являются, по замыслу авторов, многомерными. Это вопросы: «Что Вы ожидаете от перехода к рынку?», «Какие последствия перехода к рынку Вы считаете наиболее вероятными?», «Как Вы думаете, переход к рынку это...». По каждому из этих вопросов перечислены противоположные по смыслу альтернативы. Анализ альтернатив показывает, что подавляющее большинство их соответствует первому оценочному фактору, полученному в исследовании с помощью семантического дифференциала. Факторы «деловая активность», «прогрессивность» в данном случае во внимание не принимались.

Перечислим эти альтернативы и соответствующие им по смыслу шкалы семантического дифференциала: «повысится благосостояние народа» (богатый-бедный), «не будет приписок, обмана на производстве» (честный-нечестный), «снизятся цены — укрепится рубль» (стабильный-кризистый), «будет больше уважения к человеку» (нравственный-безнравственный), «необходима долгосрочная политика» (плановый-стихийный), «общество будет процветать» (богатый-бедный), «в обществе наступит гражданский мир» (мирный-агрессивный). Как видим, все перечисленные шкалы соответствуют оценочному фактору и, по существу, измеряют одно и то же: эффективность, организованность экономики. И только две альтернативы: «люди получают свободу выбора, где и как работать» (свободный-несвободный) и «будет больше цениться профессиональный труд» (деловой-неделовой) соответствуют по смыслу второму фактору «деловая активность — свобода предпринимательства».

Очевидно, что при разработке анкеты, ее авторы, руководствуясь собственными теоретическими представлениями об изучаемом предмете, а также некоторым интуитивным опытом, не принимали во внимание специфику сознания самих респондентов. Определенная концептуальная система, представляющая собой набор смысловых инвариантов, в рамках которой происходит оценка тех или иных явлений, событий, предметов

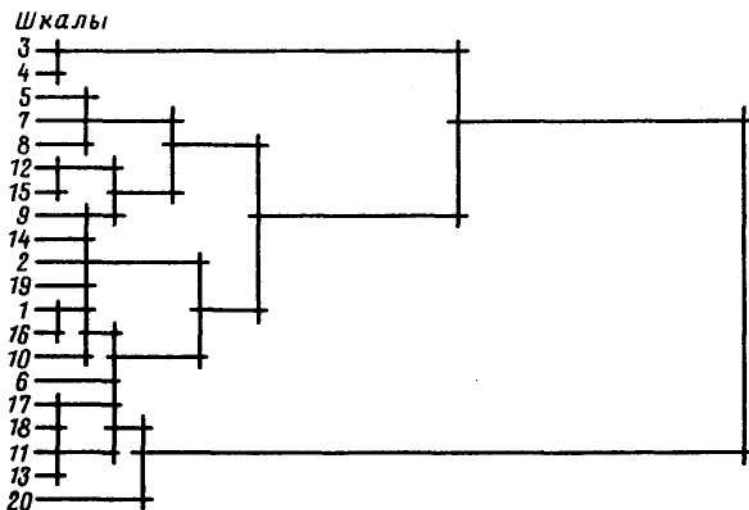


Рис. 2. Дерево классификации

и т.п., и служит тем необходимым элементом, который должен учитываться при разработке анкеты.

Полученные в результате факторного анализа факторы-концепты не принадлежат субъектам, а являются отражением собственных концептуальных систем автора, поскольку шкалы, по которым производились оценки, были заданы респонденту, а не создавались им самим. Данную проблему можно решить, если обратиться к теории личных конструктов Дж. Келли и соответствующей этой теории технике репертуарных решеток (ТРР) [13—15]. Метод семантического дифференциала — один из вариантов ТРР; их различие состоит в том, что в семантическом дифференциале шкалы задаются респондентам, а в ТРР шкалы создаются самими респондентами.

Делается это следующим образом: на отдельных карточках размещаются понятия из заданной области, имена людей (например, политических лидеров) и др. Заполненные карточки предъявляются респонденту по три и его просят ответить на вопрос: «По какому существенному, на Ваш взгляд, признаку два из этих понятий (людей) похожи друг на друга и в то же время отличны от третьего?». Ответы записываются в рубриках «полюс сходства» и «контрастный полюс», затем респондент сортирует по заданной схеме остальные карточки. Процедура повторяется 20—30 раз [16]. Так происходит накопление шкал, которые используются для оценки объектов из той же предметной области.

Подобные исследования целесообразно проводить на небольших экспертных группах, отбирать шкалы, а потом выходить на полевое исследование. Так можно решать проблему соотношения концептуальных структур исследователя и опрашиваемого, что чрезвычайно важно при разработке любой социологической методики. Метод семантического дифференциала, дополненный элементами техники репертуарных решеток, может стать необходимым пилотажем, предворяющим социологическое исследование.

Возможности метода семантического дифференциала не ограничиваются применением факторного анализа. Процедура кластерного анализа, позволяющая получать смысловые группировки шкал различных уровней обобщения, проверяет и дополняет факторный анализ. Материалом для кластерного анализа служил исходный массив средних оценок. Объект кластеризации — шкалы, по которым оценивались экономические понятия (рыночная экономика, аренда, частная собственность, кооператив). Связь между группами, расстояние между ними в пространстве определялись как квадрат евклидова расстояния (рис. 2).

На самом общем уровне сходства во всех шести массивах (общий массив и под-

группы) оказалось два больших семантических класса. Один из них практически совпадает с первым оценочным фактором, выделенным с помощью проведенного анализа, другой объединяет второй и третий факторы.

На средних уровнях сходства первый кластер на всех шести массивах остается неизменным, а второй рассыпается на два более мелких класса, соответствующих второму и третьему факторам.

Итак, применение метода семантического дифференциала в социологическом исследовании позволит получать информацию о категориальной структуре массового сознания, его смысловой неоднозначности, многофакторности. В связи с этим данная техника может применяться: 1) в качестве пилотажа для определения смысловой наполненности ключевых понятий, используемых в исследовании (взаимодополнение полученной факторной смысловой структуры и теоретической схемы изучаемого явления может преодолеть разрыв между теоретическим и эмпирическим планом исследования); 2) в качестве основного документа при изучении общественного мнения, если факторная структура семантического дифференциала уже отработана в предварительных исследованиях.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. *Бади Б.Ш., Малюкин А.И.* Уровни «практического сознания» и стиль жизни: проблема интерпретации ответов респондента // Социол. исслед. (—) 1982. N 3.
2. *Osgood Ch., Suci O., Tanenbaum P.* The measurement of meaning. Urbana, 1953.
3. *Осгуд Ч., Суси Дж., Таненбаум П.* Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам // Семиотика и искусствоведения. М.: Мир. 1972.
4. *Петренко В.Ф.* Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. М.: Изд-во МГУ, 1983.
5. *Петренко В.Ф.* Психосемантика сознания. М.: Изд-во МГУ, 1988.
6. *Петренко В.Ф., Митина О.К.* Семантическое пространство политических партий // Психол. журн. 1991. Т. 12. N 6.
7. *Антонов А.И.* Социология рождаемости. М.: Статистика. 1980.
8. *Дридзе Т.М.* Семантический уровень как существенная характеристика реципиента // Смысловое восприятие речевого сообщения. М.: Наука, 1976.
9. 47 пятниц. Инф. бюл. ССА. М., 1968. NN 10, 25.
10. Рабочая книга психолога. М.: Наука. 1977.
11. Человек и рынок: социально-политические аспекты. Инф. бюл. М.: АОН ЦК КПСС. 1991. N 5(14).
12. Перестройка и нравственность (Материалы «круглого стола» // Вопр. философии. 1990. N 7. С. 7.
13. *Похилько В.Н., Федотова Е.О.* Техника репертуарных решеток в экспериментальной психологии личности // Вопр. психологии. 1984, N 3.
14. *Франсела Ф., Банистер Б.* Новый метод исследования личности. М.: Прогресс, 1987.
15. *Kelly G.A.* The psychology of personal constructs. N.Y.: Norton and Company, 1955.
16. *Козлова И.Н.* Личность как система конструктов. Некоторые вопросы психологической теории Дж. Келли // Системн. исслед. М.: Наука, 1976.