

УДК 303.447.3

Л.Л. Юзва, канд. соціол. наук

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ "ЗРАЗКІВ СВІДОМОСТІ" МАЙБУТНЬОГО СУСПІЛЬСТВОЗНАВЦЯ

Відомо, що у щойно відкритих землях, не заселених людиною, птахи до того малолякливі, що їх можна бити палицями; але настільки ж відомо й те, що протягом декількох поколінь вони стають такими лякливими, що відлітають при одному наближенні людини, і ця лякливість проявляється молодими тваринами точно так само, як і старими... Ми маємо підсумувати, що у кожній птасі, яка рятується з ушкодженнями, що завдані їй людиною, або стривоженої криками інших членів зграї, встановлюється, ймовірно, відома **асоціація**¹ ідей між виглядом або поведінкою людини і стражданнями... [1, 255]

Герберт Спенсер

У статті представлено результати дослідження "зразків свідомості" майбутніх суспільствознавців, що базувалося на методі вільного асоціативного експерименту. На цій основі формулюються припущення щодо концептуальних та перцептивних знань про об'єкти реального світу у свідомості сучасних українських студентів.

Ключові слова: вільний асоціативний експеримент, зразки свідомості, асоціації, картина предметних асоціацій, перцептивні знання.

Сучасний світ – це безмежжя можливостей, це широке поле для вибору. І, зокрема, ті реформи, які проводяться на сьогодні у сфері освіти в Україні (приєднання до Болонського процесу, впровадження незалежної системи оцінювання і т.п.), спрямовані на те, щоб молода людина могла обрати фах, який відповідає її прагненням та здібностям. Водночас, загальновідомою є ситуація, коли для людини, яка завершує навчання в загальноосвітній школі, нерідко стає серйозною проблемою обрати конкретну спеціальність, фах відповідно до своїх здібностей. Існують певні методи "боротьби" з подібною ситуацією: дні відкритих дверей у ВНЗ, інформаційні оголошення в школах, інформування через Інтернет, ЗМІ й т.д. Однак відповідальність за правильність вибору в будь-

¹ Виділення авторське – Л.Ю.

якому разі лягає на самого абітурієнта. І щоб максимально наблизитись до того "правильного" шляху, йому необхідно ознайомитись з предметним полем тієї наукової царини, яку він збирається вивчати. Ці найперші знання надзвичайно вагомі, оскільки часто створюють стійкі уявлення людини про ту професію, якій вона збирається присвятити головну частину свого життя.

*Науковий інтерес*² тут полягає в тому, щоб виявити³, з якими ж знаннями щодо свого майбутнього фаху приходить абітурієнт в університетські аудиторії. Проведення додаткового тестування чи застосування соціологічного опитування не будуть тут ефективними. Оскільки студент намагатиметься дати "правильні" відповіді – фактично тут поставатиме проблема соціально схвалюваної поведінки. Успішність же на першій сесії взагалі є індикатором інших показників. Саме тому увага переміщається в бік дещо інших за змістом методів, таких як, наприклад, експериментальні методи, інтерв'ю, інтер- та інтроспекція або контент-аналіз. Одним з методів, який би дозволив відповісти на поставлене запитання, є асоціативний експеримент. Таке припущення висувається, оскільки даний метод працює з асоціаціями, котрі є латентною формою інформації, яку ми можемо як дослідники отримати від респондентів. Така прихована інформація і є, фактично, "справжньою" (істинною, такою, яка відповідає реальному стану речей, реальним уявленням особи про певні об'єкти тощо). До того ж асоціації дають змогу виявити досліднику стереотипи, про існування яких у своїй свідомості часто сама людина навіть не здогадується. Однак, доцільність використання асоціативного експерименту та його можливості в даному проблемному полі необхідно досліджувати, власне, шляхом емпіричного застосування.

Таким чином, *мета* даного дослідження – виявлення картини предметних асоціацій⁴ у свідомості сучасних українських студентів та формулювання припущень щодо їхніх концептуальних і перцептивних знань про об'єкти реального світу.

Для досягнення цієї мети передбачалося розв'язання таких *завдань*: 1) обґрунтувати можливість застосування вільного асоціативного експерименту⁵ для вивчення картини предметних асоціацій у свідомості сучасних українських студентів; 2) розробити адаптовану анкету ВАЕ для студентів факультету соціології першого курсу; 3) проаналізувати картини предметних асоціацій у свідомості сучасних українських студентів.

Об'єктом дослідження є асоціації на слова-стимули.

Визначення об'єкта. Поняття "асоціація" означає зв'язок, з'єднання. Асоціація – обов'язковий принцип усіх психічних утворень. Механізм асоціації полягає в установленні зв'язку між враженнями, що одночасно виникають у свідомості. Залежно від умов, необхідних для їх утворення, асоціації поділяють на три типи: за суміжністю, схожістю та контрастом [2, 198–199].

² Власне, наукова проблема.

³ З акцентом на тому – яким саме чином, за допомогою яких методів можливо це здійснити.

⁴ Під "предметними асоціаціями" маються на увазі асоціації, що викликані у свідомості студентів словами-стимулами (поняттями), які належать до певної предметної царини, а саме – соціології.

⁵ Далі в тексті використовуватиметься аббревіатура – ВАЕ.

У даному дослідженні ж об'єктом є особливий різновид асоціацій, що породжені потребами пізнавальної діяльності та життя людини, – причинно-наслідкові асоціації, які відбивають не лише збіг подразників у часі та просторі, їх схожість і відмінність, а й причинні залежності між ними. Причинно-наслідкові асоціації є засадовими стосовно міркувань і логічних побудов [2, 199].

Емпіричний об'єкт – студенти першого курсу факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка (2009/2010 навч. року).

Характеристики емпіричного об'єкту. ВАЕ проводився на початку 2009/2010 навч. року: 7–9 вересня 2009 р. Відповідно, в різні дні в трьох групах потоку соціологів. Дана інформація важлива для розуміння характеристик емпіричного об'єкта дослідження, оскільки дає уявлення про те, що респонденти щойно набули статусу студентів першого курсу факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Це все ще "вчорашні" абітурієнти, школярі. Тобто, вони мають мінімум фахових знань. Фактично, це первинна інформація, на яку ще не здійснено впливу інформаційними потоками фахівців.

Предмет дослідження – "зразки свідомості" (або певним чином структуровані концептуальні та перцептивні знання про об'єкти реального світу) студентів першого курсу факультету соціології.

Визначення предмета. Як зазначає І.В. Привалова, на сьогодні в науці не існує однозначної думки відносно того, які ментальні структури матеріалізуються у отриманих асоціатах⁶ (образи свідомості, концепти, уривки ментального лексикону, асоціативно-вербальні мережі і т.д.) [3, 325]. Тому предметом даного дослідження запропоновано обрати поняття "зразки свідомості" як збірне від "образів свідомості" (що вживається, зокрема, І.В. Приваловою) та "станів свідомості" (що широко вживається Г. Спенсером у його доробку).

Водночас, як, знову ж, зазначає І.В. Привалова, процес асоціювання являє собою спробу репрезентації ментальної інформації у вербальній формі, тобто у формі сукупності асоціатів, вивчення яких дозволяє будувати гіпотетичні моделі та припущення щодо сукупності певним чином структурованих концептуальних і перцептивних знань про об'єкт реального світу [там само]. Тому інакше термінологічно можна визначити предмет даного дослідження, власне, як – (певним чином структуровані) концептуальні та перцептивні знання про об'єкти реального світу.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною базою даного дослідження стали висновки теоретичного та методологічного характеру, які містяться в роботі І.В. Привалової. Теоретичною базою дослідження, по-перше, виступають концепції Г. Спенсера щодо ролі асоціацій у різноманітних процесах, що відбуваються у людській свідомості. У своїх концептуальних доробках він детально розглядає механізм дії асоціацій, розрізняючи їх кінцевий вплив на поведінку тварин, яка перетворюється на рефлекс (детальний виклад представлено у розділі "Бен про емоції та волю" [1], та поведінку людей, яка ґрунту-

⁶ Терміни, отримані в ході асоціативного експерименту (дослідження).

ється і, водночас, проявляється у стійких відчуттях (почуттях) [4, 336] (про що детально йдеться у розділі "Моральність та моральні почуття"⁷) (див. рис. 1).

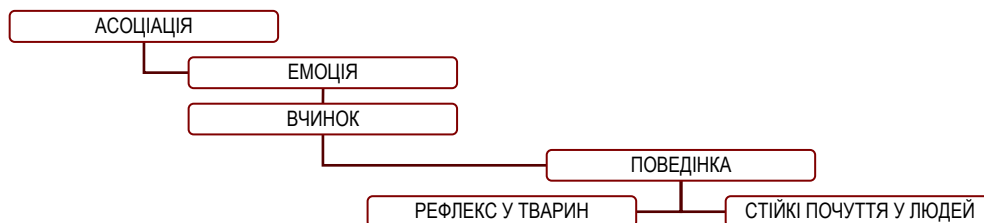


Рис. 1. Вплив асоціацій на відтворення людиною певної поведінки

Врешті-решт, Г. Спенсер покладає "відповідальність" і на асоціації, як один з різновидів станів свідомості, за розвиток цілого Всесвіту, пропонуючи розв'язати логічну задачу: "Поставте ряд станів свідомості причиною, а Всесвіт, що розвивається, наслідком і тоді спробуйте розглянути, як останнє впливає з першого" [5, 384], – детально обгрунтовану в статті "Мартіно про еволюцію"⁸.

А, по-друге, асоціативний напрям психології, який є джерелом операціоналізації необхідних понять. Варто зауважити, що, пояснюючи механізм різних типів асоціацій, асоціативізм як напрям не пояснював, чим саме детермінований цей процес, що зумовлює його вибірковість [2, 199].

Методологічною основою дослідження є вільний асоціативний експеримент (ВАЕ). В ході даного експерименту респонденти відповідають на запропонований набір слів-стимулів будь-якими мовними одиницями, що позначають образи, які виникають у їх свідомості протягом певного відрізка часу. Кінцевим продуктом ВАЕ є сукупність асоціатив, які ранжуються за ступенем частотності [2, 335].

Основним методом дослідження є роздаткове анкетування з самозаповненням інструментарію. Час заповнення анкети не був регламентований. У середньому анкета заповнювалася студентом за 25–30 хвилин. Заповнення відбувалось у навчальній аудиторії.

Інструментарій дослідження. Оскільки ВАЕ використовується у переважній більшості випадків для дослідження етнічної ідентичності (хоча відомі й інші дослідження, наприклад, проведений С.Г. Тер-Мінасовою ВАЕ для студентів факультету іноземних мов МГУ для виявлення картини культурних асоціацій у свідомості сучасної російської молоді) [2, 521], то існують зразки анкет, що використовуються в ході експерименту. У даному дослідженні респондентам була запропонована адаптована до предметного поля даного дослідження анкета (примірник представлено нижче), розроблена на основі анкети ВАЕ [2, 326–327], що застосовувалась І.В. Приваловою у її дослідженні національно-культурних особливостей мовної свідомості.

⁷ Вперше надруковано в "The Fortnightly Review" у квітні 1871 р.

⁸ Вперше надруковано в "Contemporary Review" у червні 1872 р.

Анкета ВАЕ для студентів факультету соціології

Кожне слово у нашій свідомості асоціюється з якимось образом. Опишіть (словом, словосполученням, власною назвою і т.д.) ті образи, які виникають у Вашій свідомості, коли Ви читаєте представлені в анкеті слова.

На одне слово-стимул напишіть, будь-ласка, три-п'ять реакцій.

- | | |
|------|-------------------------|
| 1.1. | я..... |
| 1.2. | людина |
| 1.3. | думати |
| 1.4. | гарний..... |
| 1.5. | поганий..... |
| 2.1. | гроші..... |
| 2.2. | дім..... |
| 2.3. | робота..... |
| 2.4. | час..... |
| 2.5. | родина |
| 3.1. | президент |
| 3.2. | конституція..... |
| 3.3. | фермер..... |
| 3.4. | бізнесмен..... |
| 3.5. | Інтернет..... |
| 4.1. | транспорт |
| 4.2. | подорож..... |
| 4.3. | пошта..... |
| 4.4. | покупки |
| 4.5. | особисті документи..... |
| 5.1. | окрошка..... |
| 5.2. | квас |
| 5.3. | олів'є |
| 5.4. | вобла..... |
| 5.5. | бублики |
| 6.1. | суспільство |
| 6.2. | соціологія..... |
| 6.3. | група..... |
| 6.4. | життя |
| 6.5. | особа..... |

Характеристики інструментарію. Анкета за своєю формою є стандартним соціологічним інструментарієм. Містить звернення (інструкцію) до респондента та 30 слів-стимулів, об'єднаних у шість кластерів (груп).

Хоча за основу була взята анкета, вже апробована у подібних дослідженнях, про що йшлося вище, в анкеті для студентів факультету соціології необхідно було внести ряд змін. По-перше, зміна, яка стосувалася, власне, методики, а саме: в інструкції пропонувалось надати не дві-три асоціації, а – трип'ять. Дана зміна була спрямована на те, щоб охопити максимальну кількість інформації, хоча, водночас, вона, як показав хід дослідження, призводить до значних часових витрат. По-друге, було повністю замінено шостий кластер термінів. Дана зміна пов'язана зі специфікою предметного поля даного дослідження. Якщо в перших п'яти кластерах містяться поняття, які часто прямо стосуються предметного поля соціології (або ж є актуальними об'єктами вивчення сучасними соціологами), то шостий кластер в анкеті ВАЕ, що застосовувалась І.В. Приваловою, є спеціально розробленим для вивчення англomовних респондентів. Тому в даному дослідженні був запропонований авторський кластер, що складається з понять, з якими працює кожен фахівець-соціолог: суспільство, соціологія, група, життя⁹, особа.

Вибірка. У дослідженні застосовано суцільну вибірку. Також можна окреслити вибірку як не випадкову, сформовану на основі методу типових представників (або ж – як цільову). З одного боку, дане дослідження можна вважати пілотажним (пробним), оскільки вперше застосовується методика, не характерна для подібного предметного поля. У таких дослідженнях зазвичай не оцінюється репрезентативність як найвагоміша характеристика вибірки. Однак, об'єкти вибірки даного дослідження, водночас, є типовими представниками за рядом контрольних ознак, таких як, наприклад: 1) статус студента; 2) 1-й рік навчання (початок); 3) факультет (фах). Усі ці ознаки будуть характерні й для подібних представників інших ВНЗ Києва й України в цілому. До того ж, специфіка факультету соціології¹⁰ така, що й в інших ВНЗ збігатиметься статево-віковий розподіл.

Чисельність генеральної сукупності I курсу факультету соціології Київського національного університету імені Тараса Шевченка за станом на початок вересня 2009 р. становила 65 осіб (див. табл. 1).

Таблиця 1

Розподіл генеральної сукупності

Стать / Група	Дівчата	Хлопці	<i>Всього</i>
1 група	17	5	
2 група	17	5	
3 група	16	5	
<i>Всього</i>	50	15	65

⁹ Єдине поняття, щодо належності якого до предметного поля соціології можна посперечатись, оскільки воно є, все-таки, власне, філософським. Але латентна мета його включення до кластеру полягала в тому, щоб виявити, чи пов'язуватимуть студенти його з предметними (фаховими) поняттями.

¹⁰ Дана специфіка розподілу, зокрема, за статтю характерна для більшості факультетів.

Однак чисельність реальної сукупності респондентів, які потрапили до вибірки, відрізняється від чисельності генеральної. По-перше, один респондент був відсутнім. По-друге, частина анкет (3 прим.) була відбракована з таких причин: 1) респондент надавав визначення поняття, а не власні асоціативні реакції; 2) респондентом були надані неадекватні асоціації, ймовірно, внаслідок некоректного розуміння завдання чи – власної халатності; 3) в анкеті подано суцільний текст, внаслідок чого неможливо ідентифікувати, які асоціації якому саме поняттю відповідають.

Статтєво-вікові характеристики вибірки. Середній вік респондентів становить 17 років. Статистика за статтю для генеральної сукупності відповідає тенденції розподілу на гуманітарних факультетах (соціології, зокрема) (див. табл. 2 та рис. 2).

Таблиця 2

Стать респондента

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
чоловік	15	23,1	23,1	23,1
жінка	50	76,9	76,9	100,0
Total	65	100,0	100,0	

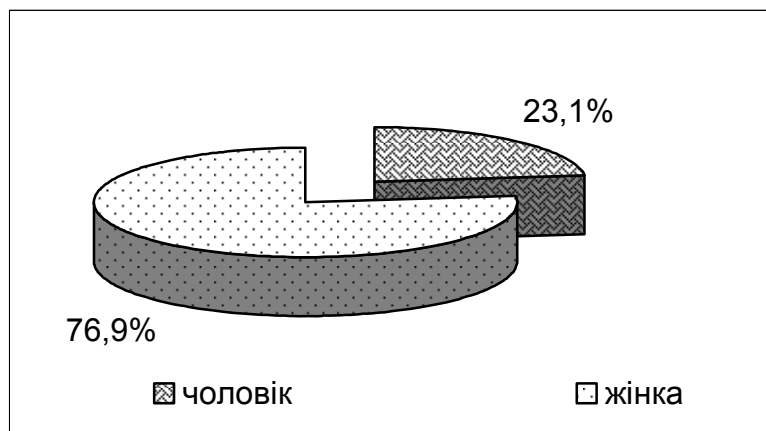


Рис. 2. Діаграма розподілу респондентів за статтю в генеральній сукупності

Розподіл у реальній досліджуваній сукупності несуттєво, але відрізняється від розподілу по генеральній сукупності (див. табл. 3 та рис. 3).

Таблиця 3

Розподіл респондентів у реальній сукупності за статтю

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
відсутні респонденти	1	1,5	1,5	1,5
чоловік	13	20,0	20,0	21,5
жінка	48	73,8	73,8	95,4
відбраковані анкети	3	4,6	4,6	100,0
Total	65	100,0	100,0	

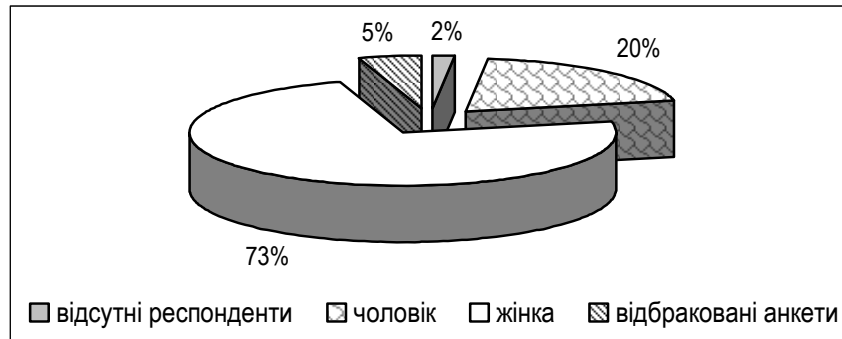


Рис. 3. Діаграма розподілу респондентів за статтю у вибірковій (реальній) сукупності

Оскільки даний статево-віковий розподіл є характерним для такого типу факультетів, то в дослідженні не враховуватимуться гендерні аспекти.

Методика обробки отриманих даних. Обробка даних відбувалась шляхом покрокового кодування. Для підвищення якості закодованих даних¹¹ до роботи були залучені додатково шість¹² кодувальників. Після закодований матеріал обговорювався з дослідником і стосовно суперечливих кодів¹³ приймалось певне рішення. "Вторинне" кодування було використане здебільшого у випадках, коли зустрічались терміни, що належали до синонімічних рядів, а також ототожнювались терміни, що мали однакове значення, але були представлені різними частинами мови, або подані в однині та множині та ін.

Додатково для певних асоціативних полів застосовувалось групування. Воно використовувалось у випадку, коли після "вторинного" кодування все ж лишалися терміни, які могли бути згруповані на очевидній основі.

Варто особливо підкреслити, що подальшому аналізу піддавалися лише збіги асоціацій, поодинокі асоціації не аналізувалися.

Для підрахунку даних та аналізу результатів асоціативного експерименту були використані методи математичної обробки даних програми Microsoft Excel, наприклад, побудова гістограм найбільш частотних асоціатив, автоматичне сумування кількості асоціатив-збігів та ін. Також використовувався програмний продукт SPSS для побудови одномірних розподілів при описі вибірки дослідження.

Наукова новизна одержаних результатів. У ході проведення дослідження було сформульовано такі авторські положення, що характеризуються науковою новизною:

- обґрунтовано і реалізовано застосування вільного асоціативного експерименту для виявлення картини предметних асоціацій у свідомості сучасних українських студентів та формулювання припущень щодо їхніх концептуальних і перцептивних знань про об'єкти реального світу;

¹¹ Подібні методики застосовуються в контент- та інтент-аналізі.

¹² З розрахунку, що двоє осіб кодували одну студентську групу.

¹³ Наприклад, коли зустрічались скорочення, русизми, слова з граматичними помилками та ін.

- вдосконалено або, точніше, адаптовано анкету ВАЕ для студентів факультету соціології першого курсу;
- доведено, що асоціативний експеримент, маючи у своїй основі соціологічний інструментарій, може використовуватись у кількісно-якісних соціологічних дослідженнях.

Аналіз асоціативних полів. Аналіз кожного з отриманих у дослідженні асоціативних полів є надзвичайно цікавим і дає, фактично, нове знання про сучасного майбутнього суспільствознавця. Однак, оскільки обсяг статті обмежений, то, на жаль, нижче будуть проаналізовані вибіркові асоціативні поля¹⁴.

Оскільки саме в 6-му кластері, як і зазначалось вище, акумульовані поняття з царини соціології, то нижче буде проаналізовано всі асоціативні поля понять лише цього кластера. Власне, починаючи їх аналіз, варто навести (широке) визначення кожного поняття¹⁵ фахівцями-соціологами для того, аби розуміти, яке предметне наповнення воно містить насправді. Фахове визначення також дозволить представити сукупність термінів, які включаються до обсягу поняття.

Суспільство – якісно відмінне від природи надскладне, багатомірне, внутрішньо розгалужене і водночас органічно цілісне утворення, що постає як сукупність історично сформованих способів і форм взаємодії і об'єднання (діяльності, відносин, поведінки, спілкування, регуляції, пізнання тощо) індивідів та їх груп, в яких знаходить своє виявлення всебічна і багаторівнева взаємодія людей [6, 620–621].

Оскільки, як видно з діаграми (див. рис. 4), найбільша кількість збігів асоціатив із цим поняттям припадає на поняття "люди" (23), а всі інші асоціати отримали від 2 до 5 збігів, то доцільним є додатковий аналіз з подальшим групуванням.

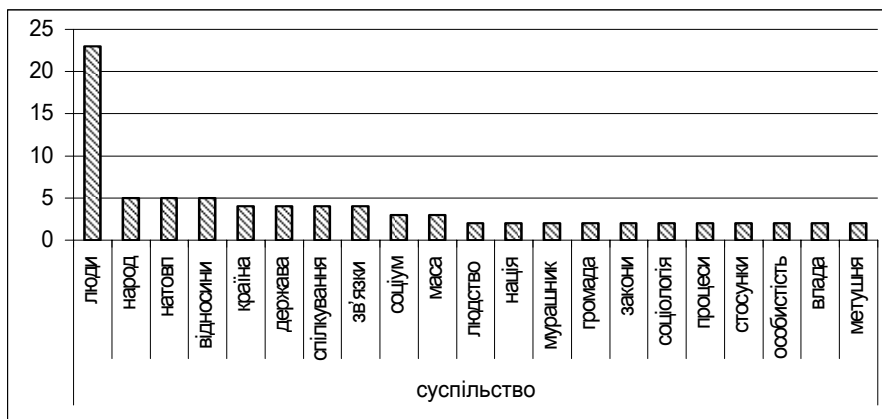


Рис. 4. Розподіл асоціатив для поняття "суспільство"

¹⁴ Детальний аналіз усіх асоціативних полів становив би понад 100 с. З тієї ж причини не наводимо тут усі таблиці, в яких представлено окремі кроки кодування.

¹⁵ Подібні визначення виявляється доцільним отримувати з фахових енциклопедичних джерел.

Варто лише відмітити, що соціологи, власне, намагаються уникати поняття люди, замінюючи його поняттями "особа", "індивід", через які, у свою чергу, намагаються підкреслити соціальну та суспільну природу людини. Однак, вочевидь, через відсутність соціальних наук в системі загальної освіти, респонденти в першу чергу асоціюють соціум з біологічним видом.

Тож, згрупувавши поняття даного асоціативного поля, можна відмітити, що спостерігається ідентифікація суспільства з: 1) родовим поняттям, яке вказує на належність до певного біологічного виду (люди, людство); 2) суспільно-історичним об'єднанням (народ, нація); 3) хаотичною спільнотою (натовп, маса, мурашник, метушня); 4) владно-територіальним об'єднанням (країна, держава); 5) суспільним об'єднанням (громада, соціум) 6) формами взаємодії (відносини, зв'язки, стосунки, спілкування); 7) формами регламентації (закони, влада, процеси); 8) предметною цариною (соціологія, особистість) (див. рис. 5).

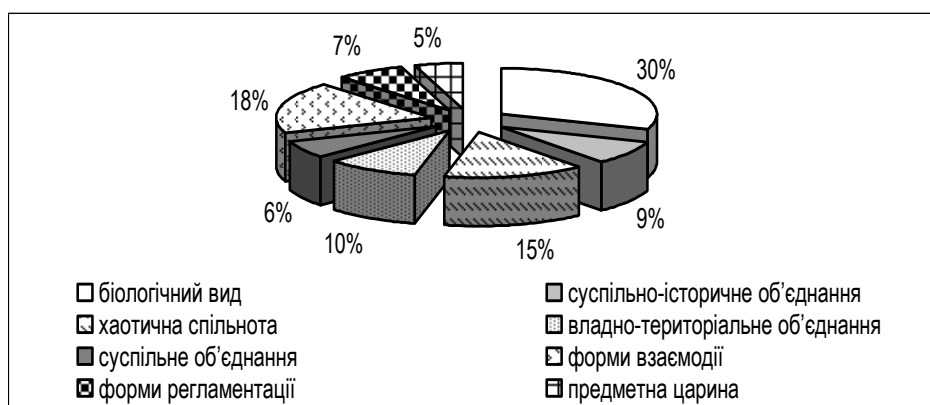


Рис. 5. Результати групування асоціатів на поняття "суспільство"

Зіставляючи групи асоціатів з обсягом фахових понять, можна стверджувати, що спостерігається досить значний збіг за змістом. Хоча, знову ж, не варто не зважати на те, що фахівці підкреслюють "відмінність від природи" суспільства, а респонденти асоціюють його в переважній більшості випадків з біологічним видом (30%). А також визначена фахівцями специфіка суспільства як "внутрішньо розгалуженого і водночас органічно цілісного утворення" заперечується асоціюванням його респондентів з хаотичними спільнотами (15%).

Соціологія (від лат. *societas* – суспільство; грецьк. *λογοζ* – вчення про суспільство) – це наука, що досліджує соціальні форми, закони та закономірності функціонування і розвитку суспільства через взаємодію індивідів і їх груп, спільностей [7, 516].

З поняттям "соціологія" спостерігається аналогічна ситуація, що й у попередньому випадку: різюча відмінність між кількістю асоціатів, представлених одним (двома) поняттями, та всіма іншими (див. рис. 6).

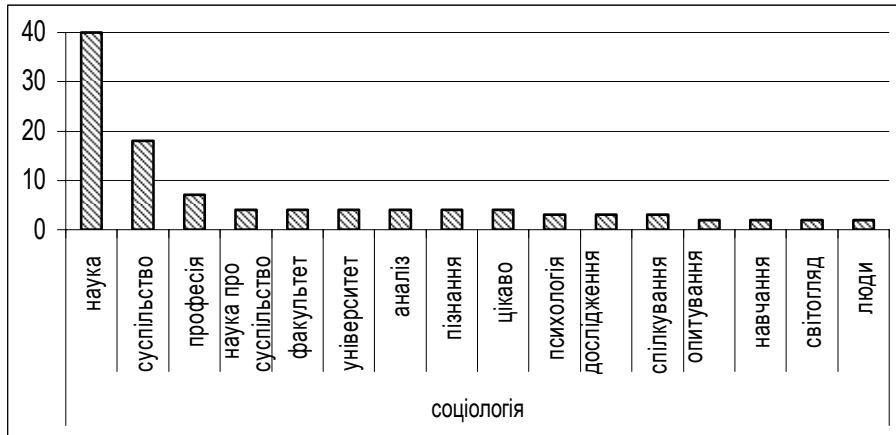


Рис. 6. Розподіл асоціатів для поняття "соціологія"

Ця найбільша кількість збігів припадає на поняття "наука" (40) та "суспільство" (18), що, власне, відповідає етимології даного поняття. Тому, знову ж, видається доцільним застосувати додаткове аналітичне групування.

Тож, спостерігається ідентифікація соціології з: 1) етимологічним значенням (наука, суспільство, наука про суспільство); 2) освітніми структурами (університет, факультет); 3) професійною діяльністю (професія, дослідження, опитування); 4) формами здобуття знань (навчання, пізнання, аналіз, зацікавленість); 5) соціо-психологічними аспектами (люди, світогляд, спілкування, психологія) (див. рис. 7).

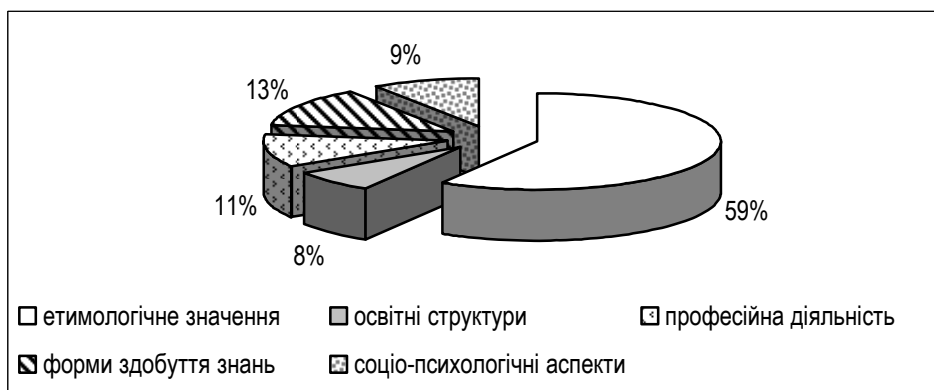


Рис. 7. Результати групування асоціатів на поняття "соціологія"

Справді разюча відмінність у розподілі асоціатів (етимологічне значення – 59%) вказує на поверхове розуміння респондентами тієї царини, яку вони обрали своєю ймовірною майбутньою сферою професійної діяльності. Показними тут виявляються деякі незначні збіги асоціацій. Наприклад, наявні збіги (2) по лише одному із соціологічних методів – опитуванню, що певною мірою вказує на наявну в суспільстві стереотипізацію – ототожнення науки

лише з одним з її методів¹⁶. Також показово, що безпосереднє асоціювання¹⁷ з майбутньою професією обіймає незначну частку асоціативного поля (лише 6%). Відсутні асоціації з такими поняттями, як "групи", "спільноти", які пропонуються у фаховому визначенні, та з ін.

Група – множина індивідів, пов’язана певними відносинами; люди, пов’язані спільними інтересами [8, 245].

Асоціативне поле поняття "група" знову вражає значною кількістю асоціацій з родовим поняттям "люди" (див. рис. 8). Можна зробити висновок, враховуючи аналіз попередніх понять, що респонденти не виявляють відмінностей між такими поняттями, як "суспільство" і "група", хоча асоціації представленої поняттям "група" в асоціативному полі поняття "суспільство" не було!

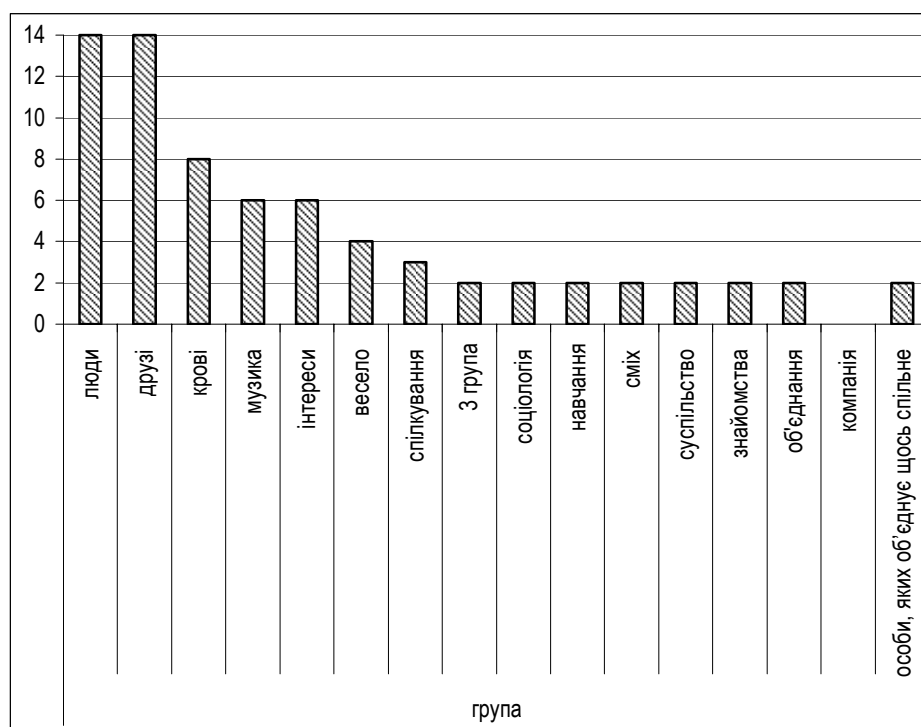


Рис. 8. Розподіл асоціатів для поняття "група"

Таку ж кількість збігів асоціацій, як поняття "люди", має поняття "друзі". Тобто, очевидно, респонденти одним з найвагоміших підґрунть існування групи респонденти вважають саме дружні стосунки. Хоча, варто відмітити, що відображення в асоціатах знайшли і фахові визначення: "множина індивідів, пов’язана певними відносинами" – представлено, зокрема, асоціатом "3 група"; люди, пов’язані спільними інтересами – представлено асоціатами "друзі", "музика"¹⁸, "компанія" тощо.

¹⁶ Подібна стереотипізація вважається некоректною і викликає негативне ставлення фахівців.

¹⁷ Мається на увазі пряма асоціація, представлена поняттям "професія".

¹⁸ Респонденти мали на увазі групу в музичній школі, що було з’ясовано після додаткового обговорення результатів експерименту з ними.

Значну кількість асоціацій має також ототожнення з анатомічною складовою – з групою крові (8). Хоча дана асоціація може пояснюватись ототожненням з відомою піснею "Група крові" гурту "Кіно", яка була популярною протягом тривалого періоду і сьогодні лишається досить відомою, і вказувати на належність респондентів до одного культурного простору¹⁹.

У соціології розрізняють поняття "життя повсякденне", "життя приватне", "життя соціальне", "життя суспільне". Тут видається найбільш доцільним навести визначення "найпростішого" з цих типів життя, а саме – життя повсякденного – потік звичайних буденних дій, переживань, взаємодій людини [9, 169].

Значне розшарування асоціативного поля поняття "життя" вказує на широту його значень (див. рис. 9). За такої ситуації важко уникнути додаткового аналітичного групування, необхідного для концептуального аналізу.

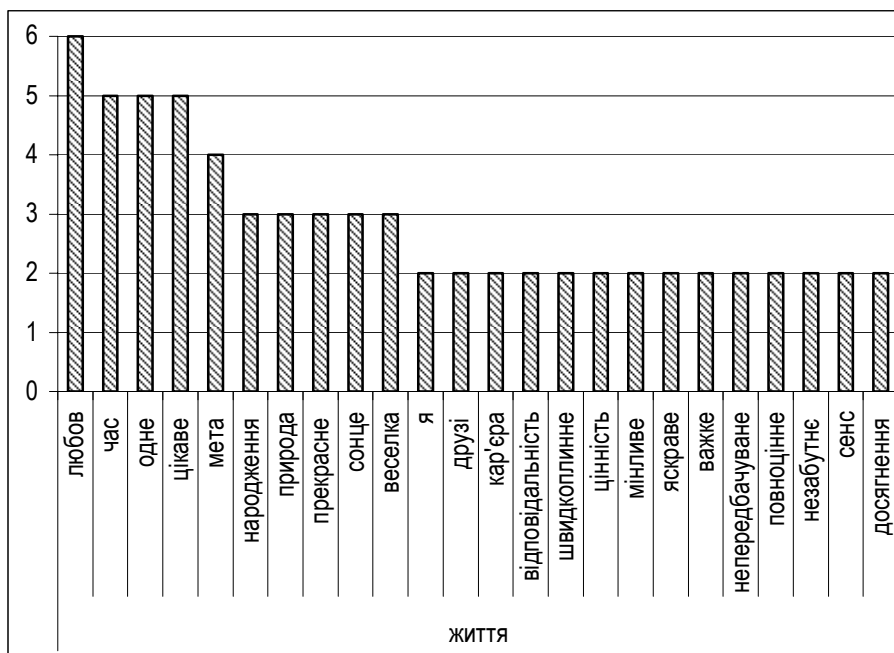


Рис. 9. Розподіл асоціатів для поняття "життя"

Тож, спостерігається ідентифікація респондентами життя з: 1) природою (природа, сонце, веселка); 2) характеристиками (цікаве, прекрасне, швидкоплинне, мінливе, яскраве, важке, непередбачуване, повноцінне, незабутнє); 3) атрибутами дорослості (кар'єра, відповідальність, досягнення); 4) філософськими аспектами (мета, сєнс, цінність); 5) часом (час, одне); 6) біографічними елементами (народження, я, друзі, любов) (див. рис. 10).

¹⁹ Існують методи дослідження, які на основі вживання людьми певних прислів'їв, сленгу, фраз з пісень та фільмів і т. ін. відносять досліджуваних до тих чи інших етнічних, національних, культурних і т.п. груп.

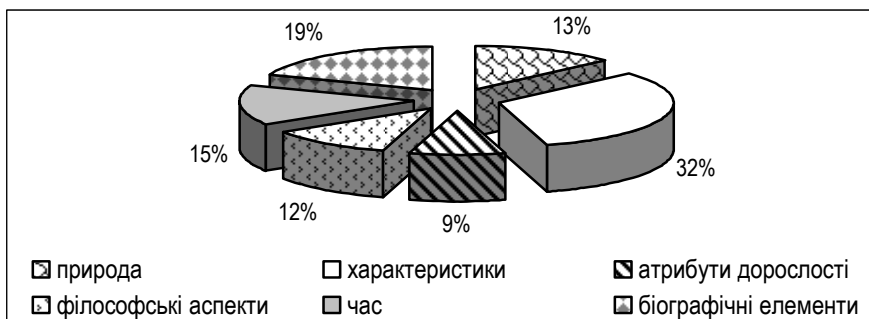


Рис. 10. Результати групування асоціатів на поняття "життя"

Як видно з діаграми після групування, респонденти найчастіше відповідають на запитання "яке?", формуючи у своїй свідомості асоціації на поняття "життя", а не на запитання "що?". Очевидно, це пов'язано з віком респондентів і їх порівняно малим життєвим досвідом. На даному життєвому етапі вони лише висувають припущення про те, чим (яким) є життя, що власне відповідає специфіці цієї фази соціалізації, на якій вони зараз перебувають.

Особа – окрема людина, одиничний представник людського роду. Дане поняття є синонімічним поняттю "індивід". Соціологи використовують поняття "особа", або "індивід", уникаючи поняття "людина", аби підкреслити її соціальну природу [10, 1028], про що вже йшлося вище.

Передбачається, що фахівець-соціолог має розрізняти такі поняття, як "людина", "особа", "індивід", "особистість", "індивідуальність"²⁰, чітко розуміючи, в чому полягає відмінність між ними. Однак, респонденти виявили тенденцію до ототожнення, фактично, всіх цих понять (див. рис. 11). І, знову, вражає значний відсоток збігів асоціацій, відображених поняттям "людина"²¹ (25%). Деякі з понять-асоціатів можна ототожнити, зокрема: 1) особа (частина суспільства, індивід, суб'єкт); 2) індивідуальність (індивідуальність, неповторність) (див. рис. 12).

Можна відмітити, незважаючи на вищесказане, що повний збіг усе ж спостерігається в значній кількості відсотків (16%). Хоча асоціати "індивідуальність" та "людина" все ж суттєво переважають (25 та 26% відповідно). У цілому ж подібний розподіл асоціацій та зміст цих асоціацій, очевидно, варто пояснювати, про що вже і йшлося вище, тією фазою соціалізації, на якій перебувають респонденти. Виходячи з концепції Е. Еріксона, це п'ята фаза – юність, і характеризується вона виникненням почуття власної неповторності, індивідуальності, в негативному варіанті виникає протилежне – дифузне "я", рольова та особистісна невідзначеність. Типовим для цієї фази є "прогривання" ролей, коли молода людина не обирає ролі остаточно, а начебто приміряє їх на себе [11, 281].

²⁰ Даний ряд понять також належить до предметного поля і інших наук, зокрема, психології.

²¹ Власне, самі студенти дану ситуацію (часту появу поняття "людина" як асоціацію з різними іншими поняттями) пояснюють, зокрема, потужним впливом вітчизняної літератури, яка вивчається у загальноосвітніх школах, а саме великої кількості творів, у яких підкреслюється цей статус у найрізноманітніших літературних формах, лексемах і т. ін.

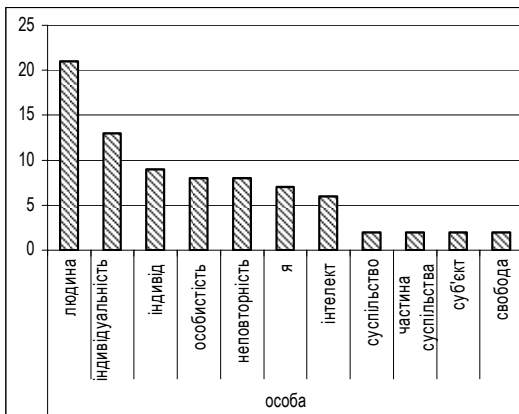


Рис. 11. Розподіл асоціатів для поняття "особа"

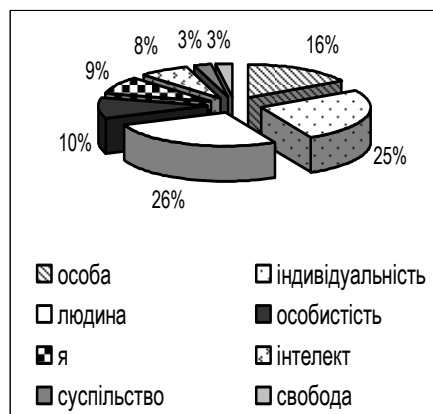


Рис. 12. Результати групування асоціатів на поняття "особа"

Ще більш яскраво належність респондентів до даної фази соціалізації, ніж у асоціативних полях понять "життя" та "особа", проявляється у асоціативному полі поняття першого кластера – "я" (коли, фактично, відбувається самоідентифікація) (див. рис. 13).

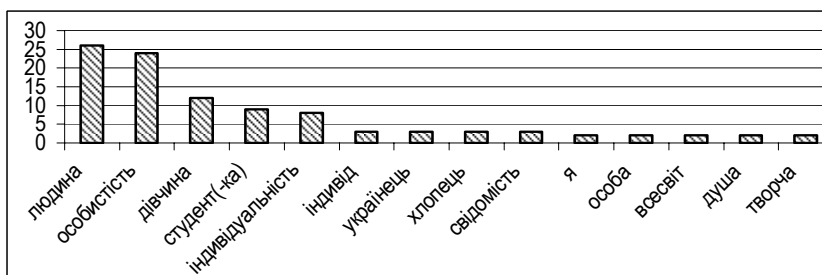


Рис. 13. Розподіл асоціатів для поняття "я"

Таким чином, можемо спостерігати ідентифікацію себе як істоти: 1) самоідентичної (я); 2) гендерної (хлопець, дівчина); 3) соціальної (особа, особистість, індивід, індивідуальність); 4) професійної (студент (-ка)); національної (українець (-ка)). Також наявною є характерологічна ідентифікація (творча) та ідентифікація з філософськими феноменами (Всесвіт, душа) (див. рис. 14).

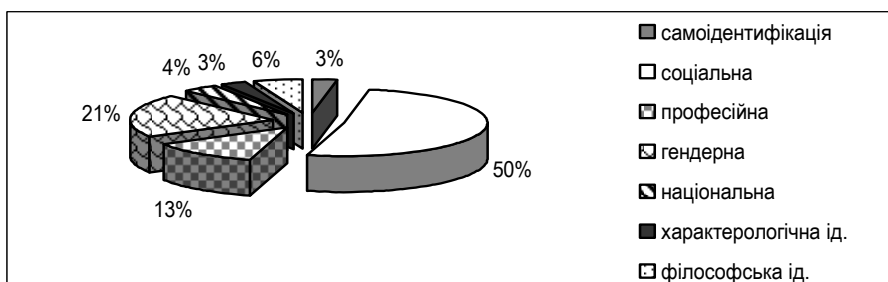


Рис. 14. Ідентифікація респондента через асоціації на поняття "я"

Доволі непоганий результат як для майбутніх соціологів (суспільство-знавців) максимальна (50%) ідентифікація себе як істоти саме соціальної. Також значні відсотки обіймають гендерна (21%) та професійна ідентифікація (13%). Останню, а саме ідентифікацію себе зі статусом студента, можна пояснити власне життєвою ситуацією респондентів: вони прагнули даного статусу і щойно його здобули, він є новим для них і вагомим. Цікаво, що розподіл асоціацій по гендерній ідентифікації пропорційний статевому розподілу по вибірці. Тобто, 20% – асоціюють себе з чоловічим гендером та 80% – з жіночим (відповідно, у вибірці – це 20 та 73%).

Як для людей, які щойно вступили на шлях здобуття майбутньої спеціальності, особливого значення набуває аналіз поняття з другого кластера – "робота" (див. рис. 15). Відразу варто відмітити, що немає жодної асоціації з майбутнім фахом – соціологією. І яскравим відображенням цінностей сучасного суспільства є максимальні позиції даної діаграми – "гроші" (15%) та "задоволення" (13%). Ось чого прагнуть (з чим асоціюють) студенти, майбутні фахівці (власне, працівники) від роботи. Без певної конкретизації, але з професією асоціюють роботу лише у 2% випадків.

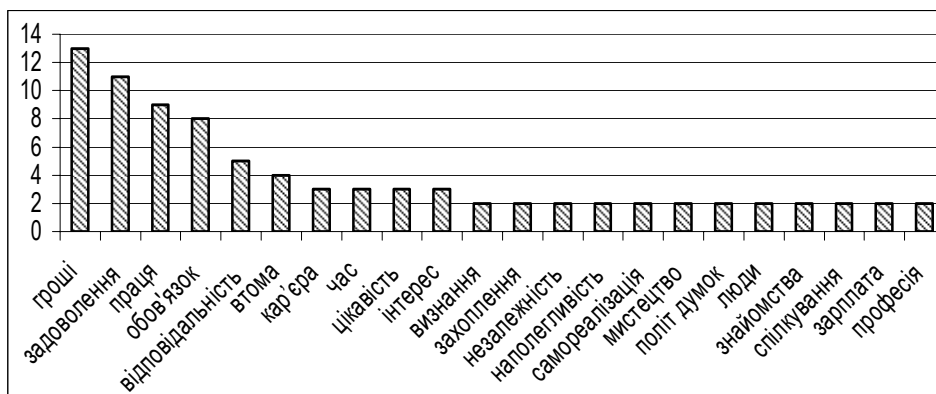


Рис. 15. Розподіл асоціатів для поняття "робота"

Ще одним з найбільш актуальних сьогодні для аналізу є асоціативне поле поняття "президент" (див. рис. 16). З одного боку, Україна стояла (на час проведення дослідження) напередодні чергових президентських виборів, а, з іншого, соціологи завжди беруть надзвичайно активну участь у найрізноманітніших передвиборчих дослідженнях, використовуючи при цьому класичні методи. Цікавим є перевірити, які саме знання можна отримати за допомогою даної методики в цій царині.

Застосувавши додатково аналітичне групування, можна побачити, що президент ідентифікується з: 1) домінуючою роллю (гарант, голова держави, лідер, глава); 2) територіальними ознаками (країна, держава, Україна); 3) особистісними ознаками (відповідальність, сила, розум, чесність, брехня); 4) політичною цариною (влада, вибори, політика); 5) статусними ознаками (гроші,

краватка, обов'язок); а також виявляються персоніфіковані асоціації (В.Ющенко) та асоціації з біологічним видом (людина) (див. рис. 17).

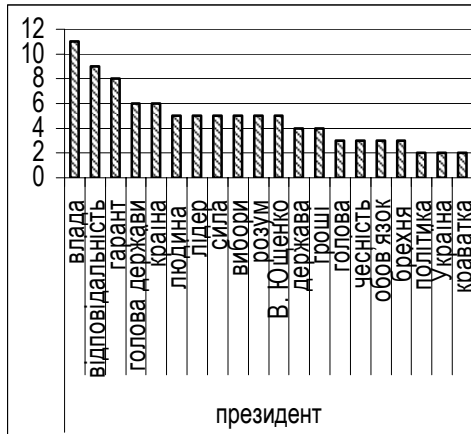


Рис. 16. Розподіл асоціатів для поняття "президент"

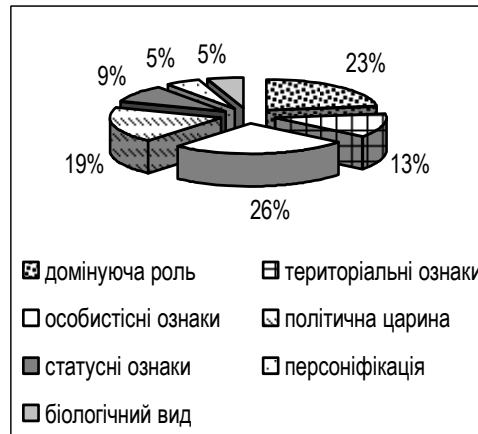


Рис. 17. Результати групування асоціатів на поняття "президент"

У принципі, результати певною мірою відображають реальний стан речей у нашій країні. По-перше, визнається, все ж таки, домінуюча роль саме Президента (23%), однак, ще більший відсоток обіймають асоціації з особистісними ознаками (26%), що ілюструє те, що в нашій країні люди звикли оцінювати верховенство президента, сприймаючи це як норму. І тут варто звернути увагу, що оцінюються не діяльність, політичні вчинки, а саме особистісні якості. Звісно, асоціації – це частково відображення не лише реальних об'єктів, але й ідеальних уявлень, про це варто пам'ятати, і саме тому метою даного дослідження й стало формулювання, власне, припущень щодо концептуальних і перцептивних знань про об'єкти реального світу, а не суто – з'ясування реального стану речей.

Ще одна проблема, яка гостро стоїть перед соціологами, зокрема, вітчизняними, це соціальна стратифікація суспільства, його поділ на класи, страти, прошарки, групи і т.д. У даному ракурсі варто представити аналіз понять третього кластера – "бізнесмен" та "фермер", виходячи з припущення, що дані дві позиції відобразатимуть класичних представників різних соціальних верств²² (див. рис. 18 та рис. 19).

В асоціативному полі поняття "бізнесмен" різко виокремлюється одна позиція – "гроші" (19 асоціацій, що становить 20% від усіх збігів асоціацій). Три найвагоміші у відсотковому розумінні позиції в асоціативному полі поняття "фермер" – це тварини, село і важка праця. Відразу стає очевидним різкий контраст між цими двома статусними позиціями у свідомості сучасної молоді людини.

²² Хоча, з іншого боку, сучасний фермер теж є або може бути, власне, бізнесменом, а саме – людиною, що має сільськогосподарський бізнес.

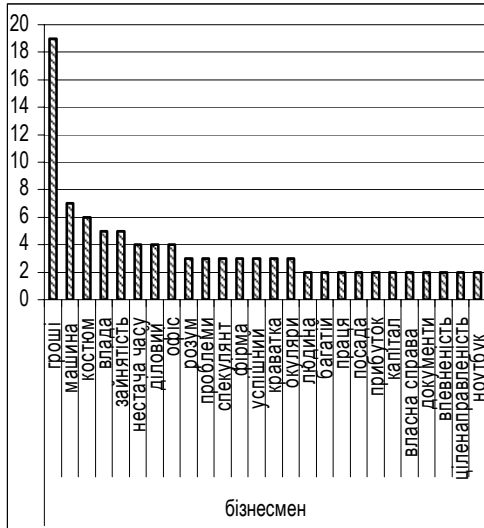


Рис. 18. Розподіл асоціатів для поняття "бізнесмен"

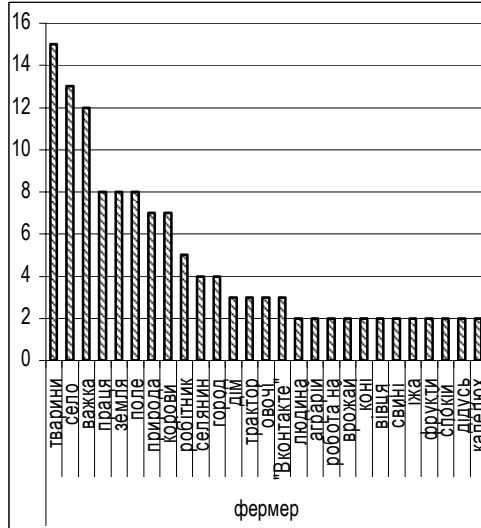


Рис. 19. Розподіл асоціатів для поняття "фермер"

Оскільки ж розмах асоціацій як по одному, так і по іншому поняттях досить значний, то доцільним є додаткове аналітичне групування, в результаті якого можемо спостерігати ідентифікацію респондентами бізнесмена з: 1) грошми (гроші, прибуток, капітал); 2) статусними ознаками (машина, костюм, офіс, фірма, краватка, окуляри, ноутбук); 3) якостями (діловий, розум, успішний, впевненість, цілеспрямованість); особою (людина, багатий, спекулянт); часом (зайнятість, нестача часу); фаховими ознаками (влада, проблеми, праця, власна справа, документи) (див. рис. 20). Та ідентифікацію фермера з: 1) худобою (тварини, корови, коні, вівця, свині); 2) працею (важка праця, праця, робота на землі); 3) землею (земля, поле, город); 4) фахом (робітник, селянин, аграрій); продуктами (іжа, фрукти, овочі, врожай); 5) майном (дім, трактор); 6) місцевістю (село, природа); 7) статусними ознаками (капелюх); 8) характеристиками (спокій); ознаками сучасності ("Вконтакте")²³, а також виявляються персоніфіковані асоціації (дідусь) та асоціації з біологічним видом (людина), наразі об'єднані (див. рис. 21).

Підсумовуючи, можна констатувати різочу відмінність в уявленнях молоді людини щодо двох запропонованих статусних позицій. Якщо бізнесмен асоціюється в першу чергу з грошми (22%), як невід'ємним атрибутом успіху в сучасному світі, та статусними ознаками (23%), переважна більшість яких є надзвичайно престижними сьогодні, то фермер – з худобою (22%) та працею (18%), частіше в її "негативному" розумінні.

²³ Однією з найпопулярніших комп'ютерних ігор сьогодні є "Веселий фермер". Сучасна молодь часто грає в мережевий варіант цієї гри на сайті соціальної мережі "Вконтакте" (www.vkontakte.ru), чим, власне, і пояснюється поява подібної асоціації.

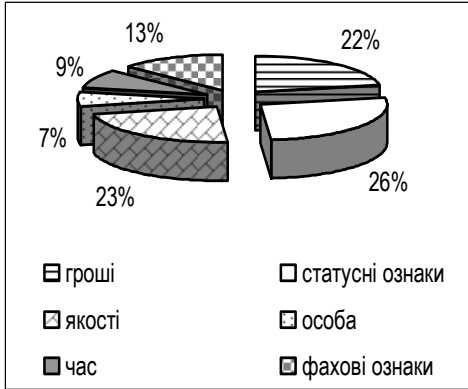


Рис. 20. Результати групування асоціатів на поняття "бізнесмен"

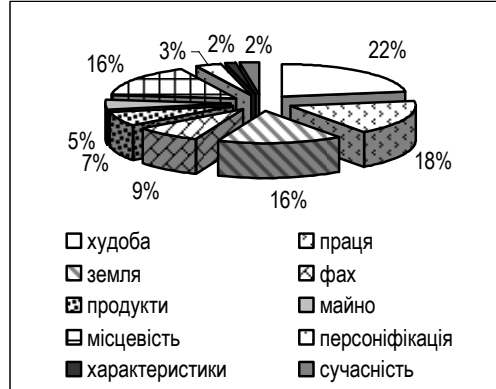


Рис. 21. Результати групування асоціатів на поняття "фермер"

Яскравою ілюстрацією можливостей ВАЕ може бути аналіз ще одного поняття з другого кластера – це поняття "олів'є". Справа в тому, що соціологи переймаються вивченням таких феноменів, як цінності, установки, стереотипи, і мають у своєму арсеналі ряд методів, методик, за допомогою яких вони їх, власне, і досліджують, але цікавими в даному ракурсі є і можливості ВАЕ.

З одного боку, асоціативне поле даного поняття вражає, оскільки найбільша кількість (32) збігів асоціацій припадає на свято Нового року (29%) (див. рис. 22). Та ще 19% (20 збігів асоціацій) – свято, під яким, ймовірно, в переважній більшості випадків мається на увазі той же Новий рік.

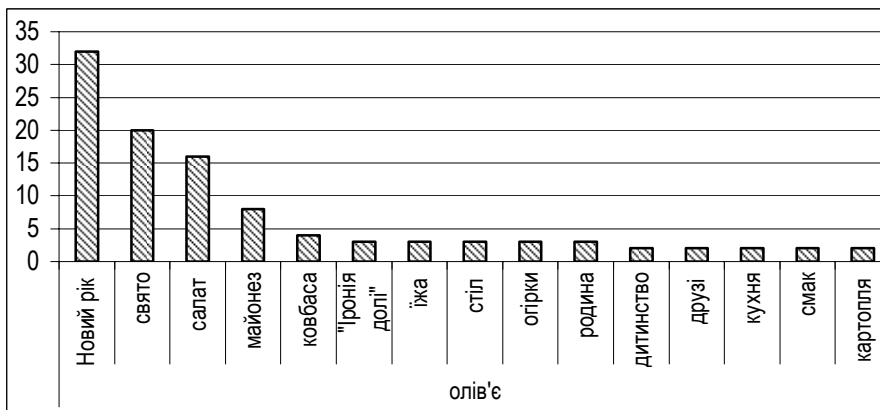


Рис. 22. Розподіл асоціатів для поняття "олів'є"

Вражає ж дана ситуація тому, що асоціювання свята Нового року з відповідним салатом характерне для радянської доби (варто нагадати, що минуло 18 років відтоді, як не існує СРСР). Із сучасним розмаїттям страв стійка прив'язка до даної страви є дещо дивною, тим паче для молоді певного віку.

Групування дозволяє побачити ще більш сильні контрасти (див. табл. 4).

Таблиця 4

Групування асоціацій асоціативного поля поняття "олів'є"

свято	інгредієнти	кухня	їжа	родина	"Іронія долі, або "З легкою парою!""
Новий рік	майонез	стіл	салат	родина	"Іронія долі, або "З легкою парою!""
свято	ковбаса	кухня	їжа	дитинство	
-	огірки	-	смак	друзі	
-	картопля	-	-	-	

Однак, увагу привертає, навіть, не різка контрастність, а наявність в асоціативному полі таких збігів асоціацій, як "Іронія долі, або "З легкою парою!""²⁴ (3%) (див. рис. 23). Хоча даний фільм і транслюють в період новорічних свят по телебаченню, але аудиторія його прихильників належить до дещо іншої вікової категорії, на відміну від тієї, до якої належать респонденти²⁵.

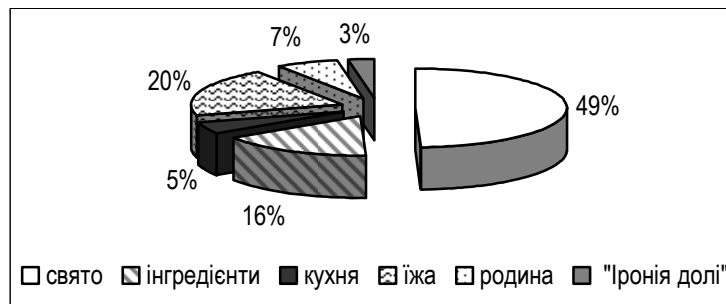


Рис. 23. Результати групування асоціативів на поняття "олів'є"

Власне, вагомим з методологічної точки зору є те, що даний приклад ілюструє можливість виявлення за допомогою ВАЕ, наприклад, стереотипізації суспільних груп, наявності спадковості традицій (звичаїв тощо) у них тощо.

Висновки. На початку третього тисячоліття в умовах глобалізації суспільних і, зокрема, освітніх процесів, особливу увагу варто приділяти дослідженням, які своїм об'єктом визначають майбутніх фахівців, зокрема, суспільствознавців. Оскільки сучасне суспільство (процеси, які в ньому відбуваються) чимдалі ускладнюється, то і шляхи (методи) його вивчення мають удосконалюватися, розробляти нові методикі його дослідження, і, відповідно, фахівці-соціологи просто зобов'язані мати відповідний професійний рівень.

Підсумовуючи, хочеться сподіватись, що в даній роботі досить переконливо обґрунтовано такі положення:

1. ВАЕ є ефективним методом для вивчення картини предметних асоціацій у свідомості сучасних українських студентів, зокрема він дозволяє:

- вивчати, аналізувати образи фахової свідомості;
- формулювання припущень щодо концептуальних і перцептивних знань про об'єкти реального світу.

²⁴ Загальновідомий усім, хто проживав на теренах СРСР, та надзвичайно популярний кінофільм.

²⁵ Самі респонденти пов'язують дану ситуацію (наявність у них асоціацій з Новим роком та "Іронією долі") тим, що не вони, а, власне, їхні батьки є носіями певних традицій та стереотипів.

2. У поєднанні з методиками та техніками соціологічного аналізу документальної інформації ВАЕ може бути ефективним методом вивчення стереотипів та установок.

3. На основі проведення ВАЕ для понять політичної царини соціологи можуть не лише давати науково обґрунтовані рекомендації іміджмейкерам та політологам, але і більш глибоко аналізувати результати передвиборчих досліджень, проведених на основі методу опитування.

4. Результати ВАЕ можна використовувати для побудови шкал соціальної стратифікації.

5. У цілому ВАЕ, за умови адаптації анкети, може використовуватись для вивчення картин предметних асоціацій у свідомості найрізноманітніших суспільних груп.

Незважаючи на всі позитивні "враження" від застосування ВАЕ, варто зазначити, що метод доцільно підкріплювати додатковими статистичними розрахунками²⁶ та методиками підвищення якості отриманої інформації, характерними для кількісно-якісного аналізу текстових даних.

Розгляд проблеми можна завершити, як і починали, словами Герберта Спенсера:

"Коли ми досліджували склад духу, ми бачили, що відчуття пов'язуються між собою різною мірою у різних царинах свідомості, а те, що там описане як зв'язки, може бути описане не інакше як асоціації".

1. *Спенсер Г.* Бэн об эмоциях и воле // *Опыты научные, политические и философские* / Г.Спенсер ; пер. с англ. под. ред. Н.А.Рубакина. – Мн.: Современ. литератор, 1998. – С. 241–264. – (Классич. философ. мысль).

2. *Максименко С.Д.* Загальна психологія : навч. посіб. / Д.С.Максименко. – Вид. 2-е, переробл. та допов. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 272 с.

3. *Привалова И.В.* Экспериментальное изучение национально-культурных особенностей языкового сознания // *Интеркультура и вербальный знак (лингво-когнитивные основы межкультурной коммуникации)* : моногр. / И.В.Привалова. – М. : Гнозис, 2005. – С. 319–348.

4. *Спенсер Г.* Нравственность и нравственные чувства // *Опыты научные, политические и философские* / Г.Спенсер ; пер. с англ. под. ред. Н.А.Рубакина. – Мн. : Современ. литератор, 1998. – С. 330–349. – (Классич. философ. мысль).

5. *Спенсер Г.* Мартино об эволюции // *Опыты научные, политические и философские* / Г.Спенсер ; пер. с англ. под. ред. Н.А.Рубакина. – Мн. : Современ. литератор, 1998. – С. 372–387. – (Классич. философ. мысль).

6. *Бойченко І.В.* Суспільство // *Соціологія: короткий енциклопедичний словник* / Уклад. : В.І.Волович, В.І.Тарасенко, М.В.Захарченко та ін. ; під заг. ред. В.І.Воловича. – К. : Укр. центр духовн. культури, 1998. – С. 620–621.

²⁶ Зокрема, по кожному асоціативному полю щодо загальної кількості асоціатів, кількості збігів, асоціацій та ін. для визначення, наприклад, похибок.

7. *Тарасенко В.І.* Соціологія // Соціологія: короткий енциклопедичний словник / Уклад. : В.І.Волович, В.І.Тарасенко, М.В.Захарченко та ін. ; під заг. ред. В.І.Воловича. – К. : Укр. Центр духовн. культури, 1998. – С. 516–520.
8. *Сивуха С.В.* Группа общественная в социологии // Социология : энцикл. / Сост. А.А.Грицанов, В.Л.Абушенко, Г.М.Евелькин и др. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – С. 245. – (Мир энциклопедий).
9. *Мишонкова О.В.* Життя повсякденне // Соціологія: короткий енциклопедичний словник / Уклад. : В.І.Волович, В.І.Тарасенко, М.В.Захарченко та ін. ; під заг. ред. В.І.Воловича. – К. : Укр. Центр духовн. культури, 1998. – С. 169–172.
10. *Абушенко В.Л.* Социология личности / В.Л.Абушенко // Социология : энцикл. / сост. А.А.Грицанов, В.Л.Абушенко, Г.М.Евелькин и др. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – С. 1027–1033. – (Мир энциклопедий).
11. *Особистість* // Соціологія: навч. посіб. / за ред. С.О.Макєєва. – 3-є вид., стер. – К. : Т-во "Знання", КОО, 2005. – С. 249–289. – (Вища освіта ХХІ століття).

Отримано 10.12.10

Л.Л. Юзва, канд. соціол. наук

**МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ "ОБРАЗЦОВ СОЗНАНИЯ"
БУДУЩЕГО ОБЩЕСТВОВЕДА**

В статье представлены результаты исследования "образцов сознания" будущих обществоведов, базирующегося на методе свободного ассоциативного эксперимента. На этой основе формулируются предположения относительно концептуальных и перцептивных знаний про объекты реального мира в сознании современных украинских студентов.

Ключевые слова: свободный ассоциативный эксперимент, образцы сознания, ассоциации, картина предметных ассоциаций, перцептивные знания.

Yuzva L.L., candidate of sociological sciences

**RESEARCH OF THE "SAMPLES OF CONSCIOUSNESS" OF FUTURE
SOCIAL SCIENTIST: METHODOLOGY AND ANALYSIS OF RESULTS**

The article presents the results of the research "patterns of consciousness" of future social scientists that was based on the method of free association experiment. On this basis, are formulated assumptions about the conceptual and perceptual knowledge about real world objects in the minds of modern Ukrainian students.

Key words: free associative experiment, samples of conscience, the association, the picture of subject associations, perceptive knowledge.