

Автор: Ярославцева Ольга Александровна

Тема: Проективные методики в социологическом исследовании (на примере метода незаконченных предложений).

Для обозначения определенного типа психологических методик применяется понятие «проекция», которая впервые используется Л. Френком в 1939 г. Он формулирует 3 основных принципа, лежащих в основе проективного исследования личности

1. В отличие от традиционных психометрических процедур личность рассматривается как система взаимосвязанных процессов, а не перечень способностей и черт.

2. Личность изучается как относительно устойчивая система динамических процессов, организованных на основе потребностей, эмоций и индивидуального опыта.

3. Эта система основных динамических процессов постоянно активно действует на протяжении жизни индивида, формируя и изменяя каждую ситуацию в системе его внутреннего мира.

Социология заимствовала данные методы у психологии и стала применять для решения своих задач.

Проективные методы направлены на изучение бессознательных слоев психики, во многом определяющих своеобразие отношения человека к различным аспектам социальной среды.

Проективные методы позволяют посредством создания определенных ситуаций или стимулов вызвать реакции, рассматриваемые как проявление внутреннего мира респондента.

Огромное преимущество проективных методик исследования заключается в том, что они позволяют выявить иррациональные проявления, нелогичное поведение или неосознаваемые отношения.

Включение в качественные методы все большего числа проективных методов связано с желанием понять самые глубинные мотивы человеческого поведения. Проективные методы позволяют понять, что, кроме осознанного, рационального убеждения, есть ещё и символическое отношение – эмоциональное.

Одним из проективных методов, является метод незаконченных предложений, который мы применили в нашем исследовании.

Суть работы с этим классом методик заключается в том, что с помощью определенного стимула (неоконченного предложения, различного рода картинок, пятен на листе бумаги и т.д.) создаются некие неопределенные ситуации, обретающие смысл благодаря тому, что индивиды дают им свои трактовки согласно субъективным наклонностям и влечениям. Психологи, анализируя реакции (окончания предложений, интерпретацию ситуаций на картинке и т.д.) на эти стимулы, создают общее представление о личности, выявляют ее психологические особенности, а также возможные патологические отклонения.

Принципиальное отличие использования методов данного класса в социологии заключается в том, что с их помощью изучаются феномены, имеющие надиндивидуальный, социальный характер. Поэтому при анализе реакций респондентов исследователь абстрагируется от частных проявлений различных психологических свойств личности. Отдельно взятый индивид воспринимается в основном как носитель информации об интересующем исследователя социальном феномене.

В случае метода НП стимулом для получения личностных значений является та часть предложения, которую необходимо завершить. Появляется возможность получать реакции, эксплицирующие неосознаваемые, но значимые для человека области переживаний и поведения. Главное требование к стимулу заключается в том, чтобы он давал возможность респонденту выразить свои реакции, не блокируя их.

Каждое предложение задает вокруг себя некоторое смысловое пространство, ограничивая тем самым область поиска оснований для ответа. В психологическом тестировании респонденту предоставляется слабоструктурированная задача, допускающая почти неограниченное разнообразие возможных вариантов ответа.

В проведенном нами исследовании изучался образ культурного человека по уже разработанной методике, которой мы пользовались.

Опрашивались студенты 1-4 курсов Амурского государственного университета факультета социальных наук и 1 курса экономического факультета (профиль общий: социальные специальности, отличие в возрасте).

Начальным этапом работы с эмпирией является первичный анализ и первичное кодирование информации. На этом этапе мы работали с непосредственными реакциями на заданные стимулы. В результате были выделены элементарные обоснования.

Анализ элементов показывает, что многие из них имеют в свою очередь общую смысловую направленность. Выражая определенные детали образа, они предполагают наличие более общих - магистральных - характеристик, которые определяют структуру образа. Поэтому на следующем этапе анализа предстояло выявить эти магистральные характеристики, подвергнув элементы обобщению на более высоком уровне абстрактности и перейти к понятиям, которые были названы *компонентами*. Так, например, элементы "*Стиль речи*" и "*Умение общаться*" имеют общий акцент на процессе коммуникации. Это позволяет объединить их, сформулировав единое смысловое основание.

В процессе подобного рода процедур обобщения, и при выделении элементов, и при выделении компонентов встречаются ситуации, когда некоторые элементарные обоснования или элементы не могут быть объединены в какие-либо смысловые группы. В этом случае они переходят на следующий этап анализа без изменений, как самостоятельные смысловые единицы. Тем самым находится как бы пространство восприятия образа.

Полученная схема — это основа для многоэтапного кодирования текстовой информации на разных уровнях общности. Такая пирамида обобщений (пока без вершины) позволяет перейти от первичных, частных высказываний респондентов к понятиям разной степени абстрактности.

В результате был сформирован список выделенных нами компонентов для характеристики образа "культурный человек".

Категория А - здесь объединены элементы, выражающие внутренний мир культурного человека, связанный, прежде всего, с его интеллектуальной деятельностью

Категория Б - совокупность элементов, связанных с описанием качеств культурного человека

Категория В - совокупность элементов, отражающих внутреннюю саморефлексию

Категория Г - совокупность элементов, говорящих о необходимости строгого соблюдения различного рода норм, правил, этикета.

Категория Д - совокупность элементов, характеризующих отношение культурного человека к другим людям

Категория Е - совокупность элементов, описывающих культурного человека в ситуации общения. Здесь делается акцент на стиле речи, умении слушать других и умении общаться в целом.

Категория Ж - элемент "культурный человек - это человек, живущий в обществе"

Таким образом, интенсивность проявления компонентов в отдельно взятом случае отражает структуру соответствующего образа в сознании респондента: принципиальную часть одних характеристик (доминирование одних компонентов), второстепенность других и отсутствие третьих. Для оценки интенсивности проявления компонентов прежде всего были рассчитаны частоты их встречаемости. Анализ характера распределения этих частот по всей совокупности респондентов позволил принять решение о том, что ядро образа характеризует всего четыре компонента. Остальные компоненты служили для описания периферии образа.

Необходимо отметить, что структура эйдотипа студентов-социологов и студентов-экономистов различен.

Экономисты Д, Ф, В, Е

Социологи Д, В, Е, А.

