
УДК 316.64; 316.65

ШИЛЯЕВА А.Д.* ОБРАЗ ВЛАСТИ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ РОССИЯН: ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДА СВОБОДНЫХ АССОЦИАЦИЙ. DOI: 10.31249/rsoc/2021.01.04

Аннотация. В статье раскрываются особенности проективных методов в социальных науках, а также анализируются результаты исследования образа власти в представлениях россиян с применением проективной методики. В исследовании использовался один из видов проективных методов – метод свободных ассоциаций, который достаточно популярен и в психолингвистике, и в социолингвистике. В данном случае этот метод применялся для выявления слов-ассоциаций к словам-стимулам, относящимся к политической сфере России в условиях пандемии COVID-19.

Ключевые слова: проективные методы; ассоциации; метод свободных ассоциаций; социолингвистика; образ власти.

SHILYAEVA A.D. The image of power in the views of Russians: experience of using the free association method.

Abstract. The article elicits features of projective methods in social sciences, as well as analyzes the results of a study devoted to the image of power in the perceptions of Russians which was based on projective methods. The study made use of one of the types of projective methods, namely the free association method, rather popular in both psycholinguistics and sociolinguistics. In this particular case, the method was applied in order to identify word associations to stimulus words

* © Шияева А.Д., 2021

Шияева Анастасия Дмитриевна – студентка факультета социальных наук НИУ «Высшая школа экономики». E-mail: shilyaevan@bk.ru

related to Russia's political sphere in the context of the COVID-19 pandemic.

Keywords: projective methods; associations; free association method; sociolinguistics; image of power.

Для цитирования: Шиляева А.Д. Образ власти в представлениях россиян: опыт применения метода свободных ассоциаций // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 11 : Социология. – 2021. – № 1. – С. 76–83. DOI: 10.31249/rsoc/2021.01.04

Проективные методы, изначально применявшиеся в психологии для диагностики черт и акцентуаций личности, сегодня широко используются и в других социальных науках [подробнее см., например: Шляпникова, 2005; Бурлачук, 1997]. Суть проективных методов состоит в изучении реакций и настроений индивида в зависимости от его личностных проекций. Под проекцией принято понимать процесс взаимодействия индивида с окружающей реальностью и результат этого взаимодействия, выраженный посредством чувств, эмоций, мыслей, переживаний. Австрийский психолог Зигмунд Фрейд понимал под проекцией психологический процесс, который участвует «в формировании нашего восприятия внешнего мира» [цит. по: Шляпникова, 2005, с. 10]. Наиболее часто участники проективного эксперимента подвергаются воздействию неопределенных стимулов, которые испытуемый должен самостоятельно дополнить или проинтерпретировать. Проективные методики чрезвычайно полезны в исследовании социально значимых и не всегда однозначных явлений: например, в изучении отношения к политическим вопросам или общественным движениям, связанным с гендером, расой, ЛГБТ-сообществом и пр. Таким образом, проективные методы – это совокупность техник, направленных на исследование личности и ее стремлений давать толкования окружающим явлениям. Проективные методы обычно разделяют на три большие группы:

1) ассоциативные (например, свободные ассоциации и знаменитый тест Роршаха, представляющий из себя пятна, с помощью которых проводится психодиагностика личности);

2) интерпретационные (например, ТАТ – тематический апперцепционный текст, в котором участникам необходимо объяснить социальную ситуацию, увиденную на картине);

3) экспрессивные (например, психодрама или тест рисунка человека, направленные на анализ эмоционального состояния личности).

Проективные методы имеют несколько важных преимуществ: во-первых, данные техники уменьшают количество ответов, связанных с социально одобряемым поведением, поскольку цели этих методов маскируются; во-вторых, данные методы могут проникать во внутренний мир человека, на что не способны другие тесты; в-третьих, они достаточно универсальны и подходят для работы с маленькими детьми и людьми, страдающими речевыми дефектами.

Немаловажным является тот факт, что проективные методики имеют ряд общих признаков: используемые стимулы неоднозначны, что предполагает неограниченность рассуждений над ответом, количество ответов не определено, а сами ответы не вписываются в дихотомию «правильно–неправильно».

Одним из самых распространенных методов в социальных науках является метод свободных ассоциаций, относящийся к ассоциативным проективным методам. Данный метод направлен на выявление слов-ассоциаций относительно предложенных слов-стимулов, а «свободный» тип данного метода указывает на то, что участники эксперимента никак формально и семантически не ограничены в выборе ассоциаций. Как и другие проективные методы, метод свободных ассоциаций призван показать бессознательные цели, мотивы, желания и стремления, а также чувства и эмоции по отношению к тому или иному слову-стимулу.

В научном сообществе ведутся споры о том, кто действительно был первым психологом, использовавшим метод свободных ассоциаций: с одной стороны, считается, что впервые о данном методе было упомянуто в работах Зигмунда Фрейда в 90-е годы XIX в.; с другой стороны, есть предположение, что первым проективным методом был тест на ассоциации, разработанный учеником и последователем Фрейда Карлом Юнгом в 1904–1905 гг. [Шляпкинова, 2005, с. 5–6].

Стоит отметить, что метод свободных ассоциаций широко используется в социолингвистике. Это прежде всего связано с тем, что социально-культурная и национальная специфика значительно влияет на язык, поскольку «в каждом языке одни и те же слова мо-

гут быть по-разному эмоционально и стилистически окрашены» [Запорожец, 2014, с. 88]. Например, различия в эмоциональной окраске одного и того же слова выделяет узбекский писатель Т.И. Пулатов, сравнивая ассоциативные значения слов «солнце» и «луна» в русском, узбекском и таджикском языках [Пулатов, 1976, с. 109]. Для жителей Средней Азии, часто страдающих от палящего зноя, солнце может казаться враждебным; для славян, в том числе носителей русского языка, с их культом Солнца в дохристианские времена подобная коннотация практически невозможна. Вместе с тем, например, для узбеков характерно трепетное отношение к луне – ночному светилу, несущему долгожданную прохладу, тогда как русскому человеку сложно понять, почему луна лучше солнца. Это говорит о том, что лексику и фразеологию невозможно изучать в отрыве от народных социокультурных особенностей и традиций.

Настоящая статья посвящена анализу образа власти в представлениях граждан РФ на семантико-психологическом уровне посредством применения проективного метода свободных ассоциаций. Актуальность работы обусловлена злободневностью поставленных в ней вопросов. Мы исходили из предположения, что данное исследование (поисково-описательное по своей сути) даст возможность в той или иной мере изучить косвенное отношение россиян к происходящим в их стране негативным событиям 2020 г. (прежде всего к пандемии COVID-19 и ухудшению в связи с этим экономической ситуации), а также обнаружить социальные и речевые стереотипы, сложившиеся в отечественном массовом сознании относительно власти и политической сферы в целом.

Выборку составили москвичи и жители Подмосковья в возрасте от 17 до 46 лет. В опросе, проводившемся в период с 25 мая по 5 июня 2020 г., принял участие 101 респондент: возраст более половины (60) опрошенных – от 17 до 25 лет, пять человек представляют возрастную когорту 40-летних (от 41 до 45 лет), возраст остальных информантов – от 26 до 40 лет. Респонденты выбирались случайным образом посредством интернет-опроса в социальной сети «ВКонтакте».

Москва и Московская область были выбраны по нескольким причинам: во-первых, по данным за 2019 г., эти субъекты РФ находятся на 4-м месте по уровню протестной активности в стране

в целом (располагаются в так называемой «красной зоне»)¹; во-вторых, столичные жители, приближенные по уровню и качеству жизни к населению благополучных европейских стран, представляют собой особый срез российского общества.

В рамках эксперимента респондентам предлагалось в течение 1–1,5 секунд написать слово-ассоциацию (или несколько слов) на предъявляемое им слово-стимул. Отбирались слова, которые должны быть понятны каждому респонденту и могут быть описаны одним или несколькими словами-ассоциациями. Респондентам были предложены следующие слова-стимулы: 1) политика; 2) власть; 3) президент; 4) В.В. Путин; 5) закон; 6) депутат; 7) выборы; 8) экономика.

Напомним, что ассоциации представляют собой связь между значениями отдельных событий, явлений, предметов, отраженных в сознании и памяти человека. Ассоциативный метод видится оптимальным в последующем определении имиджа современной власти, поскольку восприятие социальной реальности, в которой мы живем, является основой для интериоризации и легитимизации на индивидуально-личностном уровне господствующих в политическом пространстве норм и ценностей.

Далее приведем одно-три самых популярных слова-ассоциаций на предложенные нами слова-стимулы.

Политика. Самыми популярными словами-ассоциациями для этого слова стали: ложь и/или обман (были упомянуты 24 раза), власть (23 раза) и государство и/или страна (15 раз).

Власть. Данный стимул связан у граждан преимущественно с негативными коннотациями. Так, значительное количество ассоциаций со словом «власть» было связано с материальной составляющей: слова, имеющие отношение к финансам (деньги, коррупция и т.п.), были упомянуты 33 раза; люди, составляющие так называемый истеблишмент (чиновники, элита), упоминались 28 раз; также из наиболее часто встречающихся слов-ассоциаций (10 упоминаний) стоит назвать явления, обозначающие недемократические политические режимы (авторитаризм, диктатура).

¹ Рейтинг протестной активности российских регионов (апрель 2019 г.) : доклад // Институт региональной экспертизы. – 2019. – Режим доступа: http://kvnews.ru/upload/file/IRE_Protestnaya_aktivnost_08052019.pdf (дата обращения: 10.09.2020).

Президент. Данное слово-стимул имеет особое значение, поскольку оно (как и слово-стимул «В.В. Путин») имеет самое большое количество одинаковых слов-ассоциаций с действующим президентом Российской Федерации – Владимиром Владимировичем Путиным. Так, его имя было названо респондентами 57 раз, следующим по популярности словом было «глава» (21 упоминание).

В.В. Путин. Как было сказано выше, имя действующего главы государства тесно связано в сознании граждан с понятием «президент» и было упомянуто в эксперименте 51 раз, далее с большим отставанием следует ассоциация «чиновник» (15 раз). Отдельная, не очень большая группа ассоциаций (9 упоминаний) связана с негативно окрашенными словами в адрес действующего президента РФ («коррупционер», «обманщик» и т.п.).

Закон. Данное слово-стимул необычно явно неоднозначным отношением к нему информантов: у разных участников эксперимента оно ассоциируется со словами, имеющими положительное, нейтральное и негативное значения. Наиболее упоминаемым стало нейтральное слово «Конституция», оно использовалось 26 раз; вторым по популярности стало слово «справедливость» (упоминалось 14 раз), далее – негативно окрашенные слова-ассоциации «нарушается» и «нарушать» (9 упоминаний).

Депутат. Данное слово-стимул, как и слово «власть», имеет преимущественно негативную окраску и относится к материальной составляющей культуры: слова «вор», «коррупционер», «алчность», «деньги» были использованы в общей сложности 123 раза. Намного реже информанты ассоциировали депутатов с их высоким социальным статусом: о принадлежности депутатов к чиновничеству, элите общества вспомнили лишь 12 человек.

Выборы. Слово «выборы» так же парадоксально, как и «закон»: на одном полюсе – ассоциации «голос», «голосование» и «народные» (частота упоминаний 38), на другом – слова, демонстрирующие недоверие к этой процедуре и выражающиеся в словоформах типа «нечестные», «фикция» и «бессмысленные» (31 раз).

Экономика. Негативные ассоциации с последним в предложенном списке словом-стимулом, вероятно, можно объяснить экономическими трудностями, вызванными распространением новой

коронавирусной инфекции на территории России; возможно, при более «мирных» обстоятельствах ассоциативный ряд был бы другим. Как бы то ни было, ассоциациями к слову «экономика» стали: «кризис» и «упадок», использованные 68 раз, «нищета» и «бедность» – 29 раз, а также – «деньги» и «финансы» (17 упоминаний).

Анализ слов-ассоциаций, названных участниками эксперимента, показал следующее.

1. Наблюдается использование двух типов словесных реакций: низших, которые являют собой персервирующие образы (когда один и тот же ответ становится реакцией на несколько стимулов), и высших, которые представляют собой существительные (прежде всего абстрактные), прилагательные, глаголы.

2. При описании политической сферы современной России достаточно распространены слова-ассоциации, имеющее негативное значение («вор», «коррупция», «кризис», «бедность» и др.); возможно, определенное влияние на эту ситуацию оказывают сложные социальные условия постковидной реальности.

3. Представляется интересным прочное сопряжение слов в некоторых случаях (например, «президент» и «В.В. Путин»).

В целом можно говорить о негативном имидже российской власти в представлениях «простых людей» (впрочем, стоит напомнить, что в данном исследовании речь идет о жителях Московского региона). Слово «власть» и связанные с нею явления имеют, как правило, отрицательную эмоционально-экспрессивную окраску. Участниками проведенного исследования власть рассматривается прежде всего в качестве «общего внутреннего врага», который привык работать «для себя», забывая об интересах населения; проводимая политика в различных общественных сферах кажется информантам слабой и непоследовательной, а чиновники описываются ими преимущественно как казнокрады и мошенники. Вместе с тем стоит отметить достаточно высокую степень доверия действующему президенту РФ; негативно окрашенные эмоции и слова в его адрес относительно редки. Впрочем, доверие к высшему лицу государства и недоверие к его «боярам» – характерное для нашей страны явление. Вместе с тем есть предположение, что нынешнее «народное» раздражение «на власть» вызвано социальным контекстом – было бы интересно сравнить имеющиеся данные с

***Образ власти в представлениях россиян:
опыт применения метода свободных ассоциаций***

результатами исследований доковидного или постковидного периодов.

Список литературы

Бурлачук Л.Ф. Введение в проективную психологию. – Киев : Ника-Центр, 1997. – 128 с.

Запорожец М.Н. Социоллингвистика : электронное учеб. пособие. – Тольятти : Изд-во ТГУ, 2014. – 138 с. – 1 электрон. опт. диск.

Пулатов Т. Язык, автор, жизнь // Литературное обозрение. – 1976. – № 8. – С. 109–111.

Шляпкина И.А. Проективные методы психодиагностики. – Челябинск : Издательство ЮУрГУ, 2005. – 69 с.