

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ

УДК 316

З. В. Сикевич

МЕТОД СЕМАНТИЧЕСКОГО ДИФФЕРЕНЦИАЛА В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ (опыт применения)

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб, 7–9

Статья посвящена опыту применения метода семантического дифференциала в социологическом исследовании. Автор дает описание классического теста, разработанного Ч. Осгудом, а также собственные модификации метода применительно к этническим и политическим стереотипам, а также ценностным представлениям. В статье рассматриваются результаты использования этого метода и описывается специфика конструирования шкал. Библиогр. 5 назв. Табл. 2.

Ключевые слова: семантический дифференциал, социологическое исследование, социальный стереотип, этнический стереотип, ценностное представление, биполярная шкала, эффект социальной желательности.

Z. V. Sikevich

METHOD OF SEMANTIC DIFFERENTIAL IN SOCIOLOGICAL RESEARCH (the experience of application)

Saint Petersburg State University, 7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

This article focuses on the experience of applying the method of the semantic differential in sociological research. The author gives a description of the classic test developed of Osgood as well as her own modification of this method applied to the study of ethnic and political stereotypes and value concepts. The article also describes the results of using the method and indicates the specifics of the construction of scales. Refs 9. Tables 2.

Keywords: Semantic differential, sociological research, social stereotype, ethnic stereotype, value concepts, bipolar scales, effect of social desirability.

Семантический дифференциал является методом построения индивидуальных или групповых семантических пространств. Координатами объекта в семантическом пространстве служит его оценка по ряду биполярных градуированных (3-балльных, 5-балльных, 7-балльных) оценочных шкал, противоположные полюса которых заданы посредством вербальных антонимов [1–3].

Первоначальный тест был разработан Чарльзом Осгудом в 1952 г. для количественного измерения субъективных значений понятий. Осгуд использовал 20 пар

понятий, предварительно отобранных посредством факторного анализа на 360 объектах оценивания по критериям «отношение» (1), «сила» (2) и «активность» (3).

<i>Отношение</i>	Хороший	7	6	5	4	3	2	1	Плохой
<i>Сила</i>	Сильный	7	6	5	4	3	2	1	Слабый
<i>Активность</i>	Активный	7	6	5	4	3	2	1	Пассивный

Если респондент положительно оценивает объект, его оценка будет приближаться к позитивному полюсу (слева), то есть иметь числовое выражение 5, 6 или 7 в зависимости от интенсивности позитивной оценки. В случае отрицательного оценивания объекта оценка будет смещаться к минусу, принимая числовое выражение 3, 2 или 1 в зависимости от интенсивности отрицания. Таким образом, 7 — это максимальная степень положительного признака, 1 — максимальная степень отрицательного признака, 4 представляет собой середину шкалы, то есть некоторое равновесие полюсов.

Шкала может иметь и иное выражение.

Эмоциональный	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3	Рациональный
Эмоциональный	3	2	1	0	1	2	3	Рациональный

Первый из вариантов шкалы пригоден только в том случае, если полярные признаки (антонимы) имеют четко выраженное положительное или отрицательное значение, как, например, пара признаков «хорошо» — «плохо». Восприятие признаков «эмоциональный» — «рациональный» далеко не так однозначно, и поэтому использование в начертании шкалы знаков «плюс» и «минус» как бы подсказывает респонденту нормативный или желательный ответ.

Поэтому в подобных случаях предпочтительнее второй вариант шкалы из этого примера как нейтральный по своему выражению с последующим присвоением различающихся чисел (от 7 до 1 или от + 3 до — 3) уже на стадии обработки информации.

При построении оценок, по мнению Ч. Осгуда, существенную роль играет феномен синестезии, который основан на метафорических переносах и состоит в возникновении ощущения одной модальности под воздействием раздражителя другой модальности [4].

Таким образом, метод семантического дифференциала относится к числу проективных методик, особенность которых заключается в том, что стимулирующая ситуация приобретает смысл не в силу объективного содержания, но по причинам, связанным с субъективными склонностями испытуемых, то есть вследствие объективированного личностного значения, придаваемого ситуации респондентом.

Этот метод часто используется психологами для решения следующих типовых задач:

- Различие в оценке одного и того же понятия различными испытуемыми или группами испытуемых.
- Различие в оценке двух или более понятий одним и тем же испытуемым или группой испытуемых.
- Различие в оценке одного и того же понятия испытуемым или группой испытуемых в разное время под воздействием средств массовой информации, вследствие социальных изменений и т. п.

Тест Осгуда хорош тем, что позволяет наполнить эту форму практически любым содержанием. В частности, специфика этого метода идеально подходит для изучения социальных стереотипов и ценностных представлений по следующим причинам:

- Ни стереотипы, ни представления не имеют, в сущности, объективного содержания, а лишь то личностное значение, которое в них вкладывает индивид или социальная группа.
- Семантический дифференциал позволяет обнаружить элементы слаборефлексируемых структур сознания (феномен «социального бессознательного»), которые как раз служат почвой для формирования стереотипов и ценностных представлений.
- Использование количественной шкалы в конструировании методики упрощает математическую обработку мнения респондента.

Наиболее известным исследователем, разрабатывающим идеи Осгуда в отечественной науке, является В. Ф. Петренко [4], который, в частности, модифицировал тест для выявления профессиональных и этнических стереотипов методом «множественной идентификации», а также изучения рефлексивных структур обыденного сознания. Для социологов также может представлять интерес модификация теста Н. М. Лебедевой и А. Н. Татарко [1]. Кроме этого, семантический дифференциал используется в исследованиях массовой коммуникации, в частности рекламы.

Обратимся к различным авторским модификациям этого метода, который использовался нами в ряде социологических исследований, проведенных лабораторией этнической социологии и психологии факультета социологии СПбГУ в период с 1992 по 2014 г.

Методика по выявлению соотношения этнических авто- и гетеростереотипов

Для изучения этого феномена мы неоднократно и успешно пользовались данной процедурой (1992, 2004, 2014). Особенность ее применения для исследования этой проблемы состоит в том, что по одному и тому же набору биполярных семичленных шкал респондент сравнивает свою этническую группу (автостереотип) с другой этнической группой (гетеростереотип).

Модификация «классической» методики состояла в следующем: мнение относительно собственного народа отмечалось знаком «галочка», мнение относительно другого народа — знаком «кружок» (возле соответствующей мнению цифры шкалы). Таким образом, респондент оказывался в жесткой ситуации сравнения двух этнических объектов в пределах одной и той же шкалы.

Для сравнения использовались 11 пар признаков, а именно:

Общительный 7 6 5 4 3 2 1 замкнутый

С аналогичной шкалой:

Доброжелательный	—	Недоброжелательный
Открытый	—	Закрытый
Оптимист	—	Пессимист
Трудолюбивый	—	Ленивый

Инициативный	—	Безынициативный
Счастливый	—	Несчастный
Свободный	—	Несвободный
Патриот	—	Не патриот
Уважающий законы	—	Не уважающий законы
С чувством собственного достоинства	—	Без чувства собственного достоинства

По каждой биполярной шкале высчитывался средний балл, а также выводится суммарный средний балл по всем шкалам.

Известно, что этничность актуализируется в ситуации сопоставления образов «мы» и «не мы». Поэтому применение этой методики дает возможность на практике проверить действие таких законов формирования стереотипов, как проекция, обратное влияние и гомоописание.

Таким образом, эта процедура наряду с содержательной решает еще и задачу эмпирической верификации теории социального (этнического) стереотипа.

Результаты. В исследовании 1992 г. подтвердился в первую очередь эффект «обратного влияния»: самооценка на уровне автостереотипа напрямую обусловлена оценкой, содержащейся в гетеростереотипе.

Так, при сравнении себя (русских) с американцами русские по всем показателям, кроме пары «доброжелательный — недоброжелательный», оценили себя ниже американцев (суммарный средний балл для русских составил 4,2; для американцев — 5,1). В этом случае не повлиял даже эффект гомоописания.

При сравнении себя с узбеками самооценка по всем признакам заметно возросла (5,0 балла), а узбеки по всем признакам, кроме патриотизма, были оценены ниже собственного народа (3,9 балла).

В исследовании 2004 г. оценки изменились. По шести признакам («общительный — замкнутый», «доброжелательный — недоброжелательный», «открытый — закрытый», «оптимист — пессимист», «трудолюбивый — ленивый», «счастливый — несчастный») респонденты русской национальности оценили себя выше, чем американцев. Суммарный средний балл для русских составил 5,1; для американцев — 4,7. Таким образом, была обнаружена динамика стереотипной оценки под воздействием изменившейся как социальной ситуации, так и тональности средств массовой информации, что предполагалось еще Чарльзом Осгудом. Сравнение с узбеками в этом исследовании не проводилось.

Половозрастная обусловленность не прослеживалась, что свидетельствует о целостности и устойчивости этнического самосознания, во всяком случае петербуржцев русской национальности.

Семантические шкалы в обоих случаях применялись в качестве контрольного вопроса к вопросам традиционного типа (вопросы-меню и вопросы-альтернативы).

Место проведения и выборка: 1992 г.: Санкт-Петербург, выборка, квотная населению города по полу и возрасту. 674 чел.

2004 г.: Санкт-Петербург, выборка, квотная населению города по полу и возрасту. 431 чел.

Методика по выявлению социально-политических стереотипов

Сходная процедура использовалась для сравнительной оценки советского и современного периодов общественного развития [3, с. 299–300]. По 10 биполярным шкалам респонденты сопоставляли СССР и современную Россию (РФ), а по 11 — советского человека и современного россиянина. Авторская модификация процедуры, адаптированная к изучению этих феноменов, приводится ниже.

Государство (СССР и РФ)

Миролюбивое 7 6 5 4 3 2 1 Воинственное

С аналогичной шкалой:

Развитое	—	Неразвитое
Духовное	—	Бездуховное
Независимое	—	Зависимое
Открытое	—	Закрытое
Великая держава	—	«Нормальное» государство
Демократическое	—	Недемократическое
Сильное	—	Слабое
Эффективное	—	Неэффективное
Правовое	—	Неправовое

Гражданин (советский человек и современный россиянин)

Патриот 7 6 5 4 3 2 1 Не патриот

С аналогичной шкалой:

Общительный	—	Замкнутый
Нравственный	—	Безнравственный
Богатый	—	Бедный
Оптимист	—	Пессимист
Ответственный	—	Безответственный
Счастливый	—	Несчастный
Свободный	—	Несвободный
Инициативный	—	Безынициативный
Уважающий законы	—	Не уважающий законы
С чувством собственного достоинства	—	Без чувства собственного достоинства

Посредством данной методики выявлялись:

- система модальных стереотипов как относительно субъекта социальных отношений, так и основного политического института — государства;
- с учетом воздействия эффекта проекции — мера удовлетворенности современным состоянием общества как на объективированном, так и субъективированном уровне;
- степень социально-психологического эскапизма («бегства от действительности»).

Результаты. Исследование проводилось в 1997 г., временем проведения опроса объясняется включение в число биполярных шкал пары «великая держава — нормальное государство». Напомним, что в девяностые годы перспектива превращения России в «нормальное государство» рассматривалась как наиболее желательная в ходе дальнейшей модернизации политических институтов.

Было выявлено, что СССР в стереотипном отражении по всем позициям, кроме признака «открытости — закрытости» и «демократичности», превосходит РФ (суммарная оценка по всем шкалам СССР — 4,1 балла, России — 3,6 балла).

Особенно сильное различие в пользу СССР было обнаружено по биполярной шкале «независимости» (СССР — 5,2 балла, РФ — 3,5 балла), «державности» (соответственно 5,6 и 3,0 балла) и «силы» (соответственно 5,5 и 3,1 балла).

Одновременно исследование проводилось в пос. Ижморский Кемеровской области (контрольная выборка), где выбор в пользу СССР оказался еще значимее (суммарная оценка по всем шкалам относительно СССР — 5,1 балла, относительно РФ — 2,7 балла).

Современный россиянин сравнительно с советским человеком оказался еще хуже, чем бывшее государство относительно ныне существующей страны (суммарная оценка по всем шкалам советского человека — 4,8 балла, современного россиянина — 3,6 балла). В пос. Ижморском — соответственно 5,7 и 2,8 балла.

Оценка в пользу советского человека в Петербурге оказалась особенно велика по следующим биполярным шкалам: «патриотизм» (советский человек — 5,9 балла, россиянин — 3,3 балла), «оптимизм» (соответственно 5,4 и 3,5 балла), «уважение к закону» (соответственно 5,2 и 2,8 балла) и «нравственность» (соответственно 4,8 и 3,3 балла).

Обнаружена возрастная обусловленность. Однако даже молодежь оценивает Советское государство и особенно советского человека выше, чем РФ и россиянина, то есть в известной мере самих себя.

Фактическая экстраполяция сравнительной оценки государств на граждан во многом объясняется особенностями российского менталитета, в частности феноменом патернализма — типичной установкой россиян 1990-х гг. Образно говоря, у плохого «отца» — государства — не может быть счастливых и благополучных «детей» — граждан.

Кроме этого, определенную роль в оценке сыграла и ситуация сравнения, в которую был поставлен респондент: уверенность многих респондентов в том, что «раньше» было лучше, напрямую повлияла на выбор в пользу прошлого.

Методика использовалась в качестве контрольной к ассоциативному эксперименту и психолингвистическому тесту.

Место проведения и выборка. 1992 г.: Санкт-Петербург, выборка, квотная населению города по полу и возрасту. 423 чел.

Методика по выявлению сравнительной оценки качеств «идеального» политика и реальных российских политиков

В исследовании, посвященном восприятию образов российских политиков, посредством этой процедуры по идентичным биполярным шкалам последова-

тельно сопоставлялись образ, с одной стороны, «идеального политика» и, с другой стороны, В. Путина, Д. Медведева, Г. Зюганова и В. Жириновского (2009 г., Санкт-Петербург, эксперимент по апробации методики, 52 чел.). Использовались 11 bipolarных шкал, а именно:

Холодный	7	6	5	4	3	2	1	Горячий
Жесткий	7	6	5	4	3	2	1	Мягкий
Медленный	7	6	5	4	3	2	1	Быстрый
Темный	7	6	5	4	3	2	1	Светлый
Закрытый	7	6	5	4	3	2	1	Открытый
Приятный	7	6	5	4	3	2	1	Неприятный
Хитрый	7	6	5	4	3	2	1	Бесхитростный
Сдержанный	7	6	5	4	3	2	1	Импульсивный
Замкнутый	7	6	5	4	3	2	1	Откровенный
Тактичный	7	6	5	4	3	2	1	Бестактный
Демократичный	7	6	5	4	3	2	1	Авторитарный

Методика использовалась в качестве дополнительной контрольной процедуры. На этот раз, как видно, позитивность или негативность качества неочевидна, как в случае выявления этнических и социально-политических стереотипов, и поэтому эта методика еще в большей мере коррелирует с классическим вариантом семантического дифференциала Ч. Осгуда.

Результаты. По четырем шкалам («холодный — горячий», «замкнутый — откровенный», «медленный — быстрый», «жесткий — мягкий») респонденты затруднились оценить, насколько желательно то или иное качество для «идеального политика». Оценка колебалась в пределах от 3,8 до 4,3 балла, то есть стремилась к середине шкалы. Наиболее очевиден был выбор в пользу открытости (2,2 балла), приятности (6,1 балла), тактичности (5,9 балла) и демократичности (5,7 балла).

По признакам открытости, приятности, тактичности и демократичности ближе всего к «идеальному политику» оказался В. Путин (соответственно 2,6, 5,9, 5,5, 5,2 балла). Однако по тем шкалам, где респонденты фактически затруднились оценить «идеального политика», предпочтя оценку, близкую к середине шкалы, относительно В. Путина выбор был более определенным: «холодный» — 5,1 балла, «замкнутый» — 5,0 балла и «жесткий» — 5,7 балла.

В наибольшей степени отличается и от образа «идеального политика», и от В. Путина В. Жириновский: по признаку «авторитарности» — 2,7 балла, «бестактности» — 2,5 балла, «импульсивности» — 2,2 балла, «неприятности» — 3,4 балла и «горячности» — 2,1 балла.

Основными признаками в оценке образа Д. Медведева оказались «мягкость» — 2,2 балла и «бесхитростность» — 2,6 балла; Г. Зюганова — «хитрость» (5,3 балла) и «закрытость» (5,0 балла).

Методика по выявлению ценностного восприятия символических понятий

Этот способ применения семантического дифференциала наиболее близок к тому, который подразумевался его автором при конструировании и апробации.

В этом случае методика использовалась для сравнения восприятия «закона» как универсальной нормы взаимодействия людей в обществе, с одной стороны, и «закона в России» как социокультурной интерпретации этого понятия, исходя из собственного опыта носителя нормативной установки, с другой стороны.

Респондентам были предложены для работы шесть биполярных 5-балльных шкал с полюсами «хорошо — плохо», «важно — неважно», «спокойно — тревожно», «удобно — неудобно», «сильно — слабо», «независимо — зависимо», по которым нужно было последовательно оценить понятие «закон» и понятие «закон в России».

Методический смысл этой конструкции заключался в том, что биполярные сравнения прямо не отражают содержание заданных понятий, а маркируют эмоционально-чувственную реакцию на определенные социальные категории.

Результаты. Методика была апробирована в 2004 г. (Санкт-Петербург, 303 чел., выборка, квотная населению города по полу, возрасту и уровню образования). Совокупные результаты представлены в табл. 1.

Таблица 1. Восприятие закона (в баллах)

Положительный полюс шкалы	ЗАКОН	ЗАКОН В РОССИИ	Отрицательный полюс шкалы
Хорошо	3,9	2,5	Плохо
Важно	4,3	3,0	Неважно
Спокойно	3,6	2,3	Тревожно
Удобно	3,3	2,5	Неудобно
Сильно	3,4	2,3	Слабо
Независимо	3,0	2,2	Зависимо

Применение этой модификации теста способствовало проверке гипотезы о том, что уровень законопослушания обусловлен не только менталитетом граждан, но и конкретной правоприменительной практикой в стране, а также реальной степенью равенства всех граждан перед законом.

Как видно, по всем шкалам «закон» оценивается выше, чем «закон в России» (суммарный балл по шкалам оценки понятия «закон» — 3,6 балла; по шкалам оценки понятия «закон в России» — 2,5 балла).

Наиболее скептически респонденты относятся к независимости закона, по этой шкале оценка наиболее низкая, причем в обоих случаях. Можно предположить, что сохраняется традиционная уверенность в том, что каждый закон отражает интересы политических элит и поэтому зависит от любого носителя власти заметно больше, чем от должного и нравственного.

Несмотря на то что в целом респонденты признают необходимость закона как такового, нигилистическое для России отношение к закону косвенно экстраполируется и на оценку общей категории.

В этом же исследовании с целью контроля данных мы прибегли к психологической процедуре [5].

Респондентам предлагалось выбрать из 12 фразеологизмов тот, который бы в наибольшей степени соответствовал их представлению о том, во-первых, каким должен быть идеальный закон, во-вторых, каким он не должен быть ни в коем случае,

в-третьих, каков закон в России и, в-четвертых, каким закон в России не бывает никогда (см. табл. 2).

Таблица 2. Сравнительная оценка различной интерпретации категории «закон» (в %)

Суждение	Идеальный закон	Плохой закон	Закон в России	Не такой закон в России
Без сучка без задоринки	40,2	0,8	—	12,5
Грош цена	—	7,5	6,7	2,5
Комар носу не подточит	6,7	—	3,3	17,5
Курам на смех	—	15,0	5,5	3,3
Зеленая улица	3,8	2,5	0,8	2,5
Филькина грамота	—	23,6	16,7	4,2
Ни рыба ни мясо	—	8,3	24,2	1,5
Темный лес	0,8	16,6	16,8	2,5
Ясный как дважды два	31,7	1,6	3,3	28,5
Выеденного яйца не стоит	—	9,1	3,3	4,2
Работает как по маслу	15,0	—	2,6	13,3
На скорую руку	1,8	15,8	16,8	7,5
СУММА	100,0	100,0	100,0	100,0

При рассмотрении таблицы мы прежде всего заметим фактическое совпадение ответов, во-первых, по рубрикам «идеальный закон» и «не такой закон в России» и, во-вторых, по рубрикам «плохой закон» и «закон в России».

Если перевести идиоматические метафоры на лапидарный язык, то идеальный закон, по мнению респондентов, должен быть ясен, непротиворечив, не допускать двусмысленных толкований и поэтому работать без всяких затруднений, независимо от того, кем именно и в отношении кого он применяется.

А какие законы типичны для нашей страны? В них присутствует неопределенность («ни рыба ни мясо»), они представляют собой пустую бумажку, не обладающую никакой реальной ценностью («филькина грамота»), созданы на «скорую руку» и в них можно «заблудиться как в темном лесу». Но именно такие качества отличают плохие законы (см. табл. 2).

Оценка, безусловно, жесткая, но именно такое представление об этом важнейшем институте существовало в момент опроса в восприятии опрошенных петербуржцев.

Примечательно то, что половозрастная обусловленность не обнаружена. Спустя 10 лет (2014 г.) по сходной процедуре оценивались понятия «власть» и «российская власть».

Важно подчеркнуть, что в обоих случаях, как семантический дифференциал, так и психолингвистическая методика использовались в качестве контроля к вопросам закрытого типа («меню») и проективным ситуациям.

Общие рекомендации по применению метода

Независимо от содержания и модификации шкалы можно интерпретировать как отдельный средний балл по каждой из шкал, так и суммарный балл по все-

му набору шкал в целом, представляющий собой средний индекс суммы баллов по каждой шкале.

Как отбирать признаки? Какова их оптимальная численность? Как следует применять этот метод в контексте социологического исследования?

При составлении полярных признаков шкал можно использовать, причем даже при изучении одного и того же феномена, разные по типу признаки:

- характерологические качества (добрый — злой);
- социальные характеристики (богатый — бедный);
- нейтральные относительно социальных явлений свойства (тепло — холодно).

Главное — чтобы они имели сходную лексическую форму (прилагательное в одном и том же роде или наречие) и соответствовали задачам исследования.

Не меньшее значение имеет и место этой методики среди других процедур исследования. Нами различные модификации теста семантического дифференциала применялись в общей сложности шесть раз, и в каждом случае число шкал и содержание признаков несколько менялись. Но каждый раз они выступали в качестве контрольных вопросов.

Важно иметь в виду следующее:

- Полярные признаки должны быть полными антонимами. Если исследователь не вполне уверен в своей лексической культуре, лучше обратиться к специальным изданиям. Например, к Словарю антонимов русского языка.
- Включаемые признаки должны носить сущностный характер, то есть не быть второстепенными для оцениваемого объекта. Поэтому следует обязательно провести апробацию методики в ходе пилотажа или обратиться к мнению компетентных экспертов.
- Численность одновременно оцениваемых признаков не должна превышать 30, то есть 15 пар. При чрезмерном сокращении числа сопоставляемых признаков (менее 10) интерпретация может быть некорректной и поверхностной из-за недостатка информации. Напротив, при увеличении числа пар свыше 15, результаты теста могут быть искажены утомлением испытуемого от однообразной работы, которое по мере оценивания возрастает.
- В социологическом исследовании эту процедуру лучше использовать в качестве контрольной относительно других способов измерения исследуемых переменных. В нашем опыте тест контролировал табличные вопросы закрытого и полужакрытого типа, отдельные номинальные шкалы и, чаще всего, открытые вопросы, предполагающие процедуру контент-анализа. Сочетание формализованных признаков и свободных ассоциаций в качестве одного референта дает обширное эмпирическое поле исследуемой переменной.

Область применения. С нашей точки зрения, наиболее оптимально использование модификаций этого теста для выявления слаборефлективных структур оценки как понятий, так и обыденной реальности; при исследовании социальных стереотипов; при изучении межэтнических отношений и уровня толерантности.

Достоинства метода. Основное достоинство этого метода состоит в том, что его применение максимально снижает эффект «социальной желательности», так как респонденту предлагается выразить именно свои чувства, а не рациональные суждения по определенной проблеме.

Кроме этого, 1) использование метафорических шкал освобождает субъективную оценку респондента от ограниченности «реальных» свойств оцениваемого объекта; 2) исследователь сам задает широту оценки объекта в зависимости от направленности на те или иные качества и признаки объекта; 3) вытянутые семибалльные шкалы дают возможность индексировать не только само значение, но и его интенсивность в восприятии респондента; 4) метод дает возможность квантифицировать слаборефлексируемые аспекты индивидуального и группового сознания [подробнее см.: 4].

Недостатки и вероятные ошибки: 1) неполное или ошибочное представление исследователя об объекте может привести к нерепрезентативности; 2) интерпретация результатов носит в большей мере субъективный характер; 3) метод более чувствителен к измерению эмоциональных, а не рациональных оценок; 4) значения шкал не вполне релевантны, так как имеют не только прямое, но и метафорическое значение. Именно поэтому этот тест должен быть контрольной, но не основной процедурой.

Литература

1. Лебедева Н. М., Татарко А. Н. Методы этнической и кросс-культурной психологии. М.: Высшая школа экономики, 2011. 163 с.
2. Петренко В. Ф. Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании. М.: Изд-во МГУ, 1963. 201 с.
3. Сикевич З. В. Социологическое исследование: практ. рук-во. СПб.: «Питер», 2005. С. 299–300
4. Петренко В. Ф. Психосемантика сознания. М.: Изд-во МГУ, 1988. 480 с.
5. Сикевич З. В. Метод психолингвистики в социологическом исследовании // Социологический журнал. 2014. Т. 20, № 4. С. 6–18.

Для цитирования: Сикевич З. В. Метод семантического дифференциала в социологическом исследовании (опыт применения) // Вестник СПбГУ. Серия 12. Социология. 2016. Вып. 3. С. 118–128. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2016.309

References

1. Lebedeva N. M., Tatarko A. N. *Metody etnicheskoi i kross-kul'turnoi psikhologii [Methods of ethnic and cross-cultural psychology]*. Moscow, High school of economics, 2011. 163 p. (In Russian)
2. Petrenko V. F. *Vvedenie v eksperimental'nuiu psikhosemantiku: issledovanie form reprezentatsii v obydennom soznanii [Introduction of experimental psychosemantics. The study forms of representation an everyday consciousness]*. Moscow, Publishing house of Moscow State University, 1963. 201 p. (In Russian)
3. Sikevich Z. V. *Sotsiologicheskoe issledovanie: prakt. ruk-vo [Sociological research. Practical guide]*. St. Petersburg, Piter Publ., 2005, pp. 299–300. (In Russian)
4. Petrenko V. F. *Psikhosemantika soznaniia [Psychosemantics of consciousness]*. Moscow, Publishing house of Moscow State University, 1988. 480 p. (In Russian)
5. Sikevich Z. V. *Metod psikholingvistiki v sotsiologicheskom issledovanii [Psycholinguistics method in sociological research]*. *Sotsiologicheskii zhurnal [Journal of sociology]*, 2014, vol. 20, no. 4, pp. 6–18. (In Russian)

For citation: Sikevich Z. V. Method of semantic differential in sociological research (the experience of application). *Vestnik SPbSU. Series 12. Sociology*, 2016, issue 3, pp. 118–128. DOI: 10.21638/11701/spbu12.2016.309

Статья поступила в редакцию 13 июня 2016 г.;
рекомендована в печать 1 июля 2016 г.

Контактная информация:

Сикевич Зинаида Васильевна — доктор социологических наук, профессор; sikevich@mail.ru

Sikevich Zinaida V. — Doctor of Sociology, Professor; sikevich@mail.ru