

УДК: 159.9.072

DOI: 10.25629/НС.2023.11.16

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ АПРОБАЦИЯ МЕТОДИКИ ИССЛЕДОВАНИЯ ЛИЧНОСТНЫХ СМЫСЛОВ

Носс И.Н.^{1,2}, Бородина Т.И.³

¹Национальный медицинский исследовательский центр психиатрии и наркологии имени В.П. Сербского Минздрава России

²Российский государственный гуманитарный университет

³Военный университет имени князя Александра Невского Министерства обороны Российской Федерации

АННОТАЦИЯ

В статье приводится экспериментальный материал, полученный на общей выборке 178 респондентов, показывающий результаты апробации Метода исследования личностных смыслов (МИЛС). В основу МИЛС положены идеи трехмерного измерения смысло-ценностных конструктов, составляющих семантическое пространство субъекта. Изучение смыслов-ценностей осуществлено преемственно-последовательно на содержательно-смысловом, эмоционально-смысловом и ассоциативно-смысловом уровнях анализа. Каждый уровень измеряется при помощи соответствующей шкалы МИЛС. Своеобразная интеркорреляция между шкалами дает основание заключить, что в процессе диагностики исключаются определенные слои субъективной защиты респондентов и происходит вскрытие глубинных смысло-ценностных порталов личности, что подтверждает надежность МИЛС. Содержательная и конструктивная валидности метода подтверждены путем построения разноуровневого семантического пространства испытуемых в оппозиционном соотношении социальных ценностей и анти-ценностей. Параллельно вскрыты проблемы иерархии смысло-ценностей, когда доминирующие ценности не всегда соотносятся с общественно желаемыми смыслами. Критериальная валидность МИЛС подтверждена тремя способами. Во-первых, выявлено нормальное распределение данных, подтверждающее дифференцирующую силу метода. Во-вторых, выявлены статистически значимые логически обоснованные корреляции с соответствующими показателями шкал. В-третьих, путем полярных групп эффективных и неэффективных в рамках учебного процесса студентов показаны дифференциация их ценностей. Как вывод следует признать данный метод способным работать в качестве психологического инструмента выявления смыслового пространства респондентов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

личностный смысл, смысло-ценности, содержательно-смысловый анализ, эмоционально-смысловой анализ, ассоциативно-смысловой анализ, валидность, надежность, нормальное распределение данных, социальные ценности, антиценности, семантическое пространство.

ВВЕДЕНИЕ

Исследование ценностно-смыслового пространства (смысловых образований) личности на практике осуществляется при помощи трех типов методов. К первому идеографическому типу относятся: психобиографический метод, анализ истории болезни, персональных документов, материалов художественной литературы и др. Второй тип составляют гипнологические методы: методика косвенных постгипнотических внушений [12] и метод гипнорепродукции эмоциональных состояний И.Льюиса [11, с.29-31]. К третьему типу можно отнести тестовые, проективные методы и технологии: тест «Смысложизненные ориентации» Д.А. Леонтьева [8], Ценностных ориентаций М. Рокича [21], Тематический апперцепционный тест [19], методику

личностных конструкторов Дж. Келли [17], метод семантического дифференциала [20], метод семантического радикала [10], метод классификации («сортировки»), метод субъективного шкалирования [13, с.49-53] и др.

Таким образом, исследование семантики, смысловых образований возможно путем применения психодиагностических способов, вскрывающих содержательные составляющие смыслов, их эмоциональные и ассоциативные переменные.

Существование личностно-смысловой сферы психики человека выдвигает на передний план задачу выявления «действительных образующих личности» [7], то есть, психических образований, отражающих собственно личностные характеристики в форме эмоциональных переживаний в вербализованном или символическом виде и готовности к реализации усвоенных в процессе личностного развития смыслов, ценностей, мотивов и т.д.

Смыслы, как значения объектов для личности, представляются в виде единства аффективного и интеллектуального отношения к действительности, преобразуются и существуют в сознании в виде ценностей, обозначающих общественные идеалы как эталон должного. В объективной форме ценности существуют в виде произведений культуры и являются конкретным воплощением общественных идеалов. Смыслы-ценности, составляя ценностно-смысловое пространство (смысловое поле) в жизнедеятельности отдельного индивида, становятся частью личности и реализуются в мотивации поступков и действий [14, с.192, 442]. Ценностно-смысловое или семантическое пространство личности имеет ментально-аффективный фундамент – ментальное пространство, которое «как совокупность значений, образов, символов общественного сознания (...) присваивается конкретным субъектом и, преломляясь через его систему ценностей, (...) приобретает тот или иной личностный смысл, задающий отношение субъекта к этой реальности» [13, с.22], окрашиваемое актуальными переживаниями.

Мы полагаем, что сформированное в сознании респондентов семантическое поле (пространство), состоящее из определенных смыслов, ценностей, идей, мотивов и т.д., во многом определяет мировоззрение, убеждения, поступки и действия людей и качество их жизнедеятельности в целом. Поэтому важным пунктом любого исследования в частности семантического является инструмент диагностики смыслов.

ТЕХНОЛОГИЯ МЕТОДА

По нашему мнению, ввиду высочайшей интимности смысло-ценностных образований личности они подвержены наибольшей латентности и субъективной защищенности. Наш метод основан на идее возможности преарирования истинных семантических соотношений и связей, которые измеряются на вербальном (содержательно-смысловом), эмоционально-смысловом и ассоциативно-смысловом (образном) уровнях. Применение этих трех плоскостей измерения смыслов-ценностей обусловлено необходимостью повышения надежности изучения особенностей смыслового пространства (позитивных и негативных ценностей) у современной российской популяции.

В качестве диагностического инструмента был разработан Метод исследования личностных смыслов (МИЛС), состоящий из двух психодиагностических технологий, примененных на трех уровнях анализа ценностно-смыслового пространства респондентов. В соответствии с этими уровнями построена технология МИЛС, состоящая из трех шкал: шкала вербального содержательно-смыслового анализа (шкала ССА), шкала эмоционально-смыслового анализа (шкала ЭСА) и шкала ассоциативно-смыслового анализа (шкала АСА).

Для выявления перечня базисных *вербализованных смыслов-ценностей* (ССА) применялась оригинальная методика выбора смысловых позиций, основанная на идее В.Г. Асеева о конститутивной роли в сознании людей личностно значимых ценностей, от которых «нельзя отказаться ни при каких условиях». Для оценки структуры *эмоционально-ассоциативных смыслов-ценностей* применялся метод семантического дифференциала (CD), где в качестве объектов исследовались слова, фразы (фразеологизмы) (ЭСА) и сопоставимые с ними иллюстрации (репродукции, образы) (АСА).

Разработанный стимульный материал, насчитывающий 21 смысловую позицию (перечень смыслов-ценностей), состоит из двух групп стимулов, представляемых испытуемым в процессе диагностики: 1-я группа социальных (национальных) ценностей [15]; 2-я группа т.н. «западных», либеральных или антиценностей, отчасти противоположных ценностям первой группы, негативных ценностей [1].

В процессе диагностики на содержательно-смысловом уровне испытуемые выбирают из всего перечня смыслов-ценностей (21 стимульная позиция) 10 смыслов, принимаемых им, как свои личностные позиции (базовые смыслы-ценности). Из выбранных смыслов-ценностей выбираются ценности (значимые смыслы-ценности), от которых испытуемые не могут отказаться ни при каких обстоятельствах. Затем на эмоционально-смысловом уровне каждый из выбранного базового стимула оценивается при помощи семантического дифференциала путем вычисления евклидова расстояния между ним и критериальным понятием («Я»). Далее на ассоциативно-смысловом уровне испытуемым предъявляются понятия-образы (тематические картинки, репродукции, фото и пр.) для оценки их при помощи семантического дифференциала.

Таким образом, стимульный материал представляется в сознании испытуемых соответственно в: а) вербально-текстовом (слова-понятия, фразы) и б) образном (тематические репродукции, фотографии, рисунки) видах. В итоге совпадение оценок стимулов, представленных в вербальной и образной формах, сигнализирует об их истинном значении для испытуемого. То есть, эти выбранные стимульные позиции отражают по глубине осознания 3-х уровневое смысловое пространство. Расхождение в выборе позитивных социальных (национальных) ценностей и антиценностей указывает на мишени – мировоззренческие девиации, на которые должна быть нацелена профилактическая идейно-воспитательная работа с населением.

Одной из важных методических задач в рамках данного исследования являлась разработка адекватного стимульного материала, включая формулировку, редуцирование понятийного аппарата (групп смыслов-ценностей) и его сопоставление с рядом образных невербальных стимулов (стимульных образов). Сложность данной процедуры заключалась в том, что образное содержание фразеологизмов бесконечно богаче и несет в себе множество дополнительных смыслов и нюансов [13, с. 152].

В качестве смыслов-ценностей подобраны фразы-понятия и понятия-образы. Стимульные понятия-образы подобраны экспертным путем. Из предложенных иллюстраций (репродукции, фото, графика) экспертами выбраны те тематические образы, которые, по их мнению, ассоциативно имеют отношение к определенному из 21-го стимулу (слову, фразе).

ДИЗАЙН ИССЛЕДОВАНИЯ

Основная задача настоящего эксперимента состояла в обнаружении связи гипотетической переменной с реальными ее проявлениями и посредством этой связи определение содержания структуры индивидуальных смыслов респондентов при помощи МИЛС.

Декларируемые испытуемыми смыслы-ценности, являющиеся личностными (индивидуальными) ценностями, в процессе диагностики соотносились, с одной стороны, с социальными (национальными) ценностями, а с другой стороны, с т.н. «антиценностями». То есть, оценивалось насколько социальные российские ценности и противоположные им либерально-западные (или антиценности) представлены в модели смыслового пространства популяции. Также были выявлены девиации, связанные с возможным преобладанием антиценностей в индивидуальном сознании респондентов. В результате индивидуальные смысловые отклонения от нормативных социальных ценностей (принятие личностью антиценностей) могут служить мишенями психолого-педагогической профилактики.

Собранный эмпирический материал позволил провести количественный анализ на содержательно-смысловом, эмоционально-смысловом и ассоциативно-смысловом уровнях и сделать достоверные (на уровне $p \leq 0,05$) качественные выводы.

На первом, содержательном уровне (ССА) исследовалась локализация (организация) семантического (смыслового) пространства, представленного осознаваемым процессом выбора

и присвоения обозначенных фразой смыслов-ценностей респондентами. На втором, эмоциональном уровне (ЭСА) использовался метод оценки эмоций, вызванных фразами-понятиями. На третьем уровне (АСА) изучались ассоциации респондентов от иллюстративного стимульного материала (понятия-образы, тематические изображения в виде репродукций, графиков, фотографий и пр.), соотносенные с эмоциональным и содержательным фоном.

Апробация МИЛС в качестве инструмента изучения семантического пространства проведена на экспериментальной выборке представителей российской молодежи из разных регионов РФ в количестве 178 человек в возрасте от 18 до 29 лет (средний возраст – $23,4 \pm 2,64$ лет), сбалансированной по полу (56% – женщины, 44% – мужчины).

Это обеспечило качественную репрезентативность опроса и позволило а) сделать вывод о тенденциях существования и динамике распространенных среди населения ценностных ориентаций, б) представить экспериментально подтвержденную структуру смыслового поля современной российской молодежи, а также в) показать валидность МИЛС.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЕ

1. *Шкала содержательно-смыслового анализа (ССА)*. В результате первичной статистической обработки данных получены частотные характеристики сознательно выбранных стимулов-понятий, предложенных испытуемым в текстовом виде. Для удобства анализа частотный материал преобразован в стандартные баллы [5, с.195-197] (табл.1, столбец 3).

Таблица 1 – Соотношение результатов опроса респондентов по данным содержательно-смыслового анализа

| Стимулы-ценности | Перевод в стандартные баллы по частоте выбора стимулов-понятий | |
|---|--|---------------------|
| | частоты | 100-балльная оценка |
| 1 | 2 | 3 |
| Труд | 31 | 55 |
| Исключительная роль своего этноса | 3 | 28 |
| Достоинство | 33 | 62 |
| Идти своим путем и не быть должным никому | 21 | 50 |
| Права и свободы | 34 | 65 |
| Абсолютная свобода | 14 | 43 |
| Служение Отечеству | 1 | 12 |
| Личные цели, интересы | 35 | 68 |
| Нравственность | 28 | 52 |
| Забота о себе | 42 | 88 |
| Взаимопомощь | 32 | 59 |
| Богатство | 18 | 48 |
| Традиционная семья | 13 | 41 |
| Независимость | 32 | 59 |
| Сострадание, милосердие | 38 | 78 |
| Отношения без обязательств | 2 | 22 |
| Преимственность поколений | 8 | 35 |
| Власть, собственные амбиции | 7 | 32 |
| Единство народов | 15 | 45 |
| Я – гражданин мира | 11 | 38 |
| Жизнь | 38 | 78 |

Анализ показал, что распределение данных находится в пределах нормального закона Гаусса-Лапласа ($A_s = -0,07$; $E_x = -0,82$) [3, с.98]. Это позволило сделать вывод об адекватном отражении в менталитете экспериментальной выборки взглядов изучаемой популяции, подтверждая критериальную валидность метода. Выявление т.н. базовых ценностей позволило на содержательном уровне сопоставить доминантные социальные и антиценности в смысловом поле респондентов.

Причем частотность выбора социальных смыслов-ценностей (80% выборов) практически не отличается от выбора «западных», либеральных ценностей (79% выборов).

Первые 5 позиций в индивидуальном выборе ценностей занимают: антиценности «забота о себе» (91%) и «личные интересы» (76%), а также социальные ценности «жизнь» (83%), «сострадание, отзывчивость» (83%) и «права и свободы человека» (74%). Непопулярны у респондентов такие социальные ценности как «служение Отечеству» (2,17%), «отношения без обязательств» (4,35%) и антиценность «исключительная роль своего этноса» 6,52%). Однако и они семантически включены в общую канву смыслового пространства испытуемых.

В структуре осознаваемых и вербализованных ценностей респондентов выражены 3 комплексных смысловых объекта. Первый тяготеет к эго-защитной сфере. В его состав входят 3 взаимосвязанных пункта: «идти своим путем и не быть должным никому», «независимость» и «забота о себе». Однако «забота о себе» расщеплена. С одной стороны, она связана с семьей и, с другой стороны, в силу молодости респондентов, – с «отношениями без обязательств». Второй объект – это целеполагающая установка на жизнедеятельность: «труд», связанный с «личными целями, интересами» и с «преемственностью поколений», а также наличие коллективистских тенденций – «взаимопомощь». Третий объект – позиционирование гражданско-патриотических аспектов через связь: «права и свободы» со «служением Отечеству».

Таким образом, исследуемой возрастной когорте характерны наряду с проявлениями эго-защитных реакций и независимости («идти своим путем...»), актуализация коммуникации, жизнедеятельности и гражданско-патриотических смысловых тенденций.

2. *Шкала эмоционально-смыслового анализа (ЭСА)*. В отличие от предыдущего уровня анализа применение семантического дифференциала Ч. Осгуда [20] позволяет выявить систему коннотаций, включающих дополнительные семантические или стилистические функции, устойчиво связанные с основным значением фраз-понятий в сознании. Коннотация предназначена для выражения эмоциональных или оценочных оттенков высказывания и отображает культурные традиции общества [9] и предполагает выявление состояний испытуемых, следующих за непосредственным восприятием стимульного материала [13]. Этот уровень анализа тесно связан и с диагностическим инструментом, с его влиянием на результаты исследования, а также с современными условиями проведения эксперимента.

Эмоционально-смысловой уровень анализа позволил выявить ценности, воспринятые и усвоенные испытуемыми в процессе их жизни, превратив эти ценности в субъективное смысловое пространство, обеспечивающее частично осознаваемые мировоззренческие установки личности. Семантический анализ с использованием метода Ч. Осгуда (CD) предполагает по показателям «близости» стимула к личностному «Я» получить верифицированное, скрыто проявляющееся отражение стимула в сознании. Корреляционное сопоставление значений содержательно-смысловой и эмоционально-смысловой представленности стимулов-ценностей в менталитете испытуемых показало их связь на уровне $R_{xy} = 0,49$ ($p \leq 0,05$), что отражает статистически значимое соотношение и подчеркивает надежность исследовательского инструмента.

В тоже время, дисперсионный анализ с использованием параметрического t-критерия Стьюдента (Ттест Стьюдента в Microsoft Office Excel) для оценки преобразованных показателей [5, с.195-197] соотношений групп ценностей (распределение стимулов на две группы: социальные и антиценности) показал, что они на эмоционально-смысловом уровне статистически значимо различаются между собой ($\alpha=0,02$). Эта оппозиция антиценностей относительно социальных смыслов подтверждает содержательную и конструктивную валидность используемого психосемантического инструмента.

В таблице 2 приведен ряд показателей «близости» и «удаленности» ценностей к личностному критерию респондентов. То есть, наблюдаются доминантные стимулы-ценности (минимальная «близость» – преобразованный показатель $CD M_x + \delta_x$ (30 и менее) и арьергардные (максимальная «удаленность» – $CD M_x - \delta_x$ (65 и более) стимулы, смещенные на периферию сознания испытуемых.

Таблица 2 – Соотношение результатов опроса респондентов по данным эмоционально-смыслового анализа (преобразованный показатель – 100-балльная оценка)

| Стимулы-ценности | Стандартные баллы по CD (фразы-понятия) |
|---|---|
| Труд | 34 |
| Исключительная роль своего этноса | 92 |
| Достоинство | 66 |
| Идти своим путем и не быть должным никому | 64 |
| Права и свободы | 44 |
| Абсолютная свобода | 36 |
| Служение Отечеству | 67 |
| Личные цели, интересы | 56 |
| Нравственность | 62 |
| Забота о себе | 59 |
| Взаимопомощь | 47 |
| Богатство | 38 |
| Традиционная семья | 60 |
| Независимость | 30 |
| Сострадание, милосердие | 51 |
| Отношения без обязательств | 17 |
| Преемственность поколений | 55 |
| Власть, собственные амбиции | 22 |
| Единство народов | 28 |
| Я – гражданин мира | 12 |
| Жизнь | 83 |

К доминантным ценностям отнесены 4 наиболее «близких» к «Я» стимулов, которые ментально имеют значение для испытуемых (личный смысл), и 5 арьергардных стимулов, которые находятся на периферии сознания исследуемого группового субъекта (выборки). К лично-значимым ценностям отнесены: «исключительная роль своего этноса» (92), «жизнь» (83), «служение Отечеству» (67) и «достоинство» (66). В числе периферийных ценностей находятся: «Я – гражданин мира» (12), «отношения без обязательств» (17), «власть, собственные амбиции» (22), «единство народов» (28), «независимость» (30). То есть, в структуре ценностей респондентов доминируют этно-центристские, возможно патриотические позиции при снижении статуса представлений о глобализме и интернационализме на фоне понижения амбициозности и властолюбия. Анализ арьергардных ценностей подтвердил намерение респондентов отказаться от глобалистских («Я – гражданин мира»), властолюбивых, амбициозных («власть, собственные амбиции»), свободолюбивых («абсолютная свобода», «отношения без обязательств») ментальных тенденций. Однако вместе с удалением из сознания этно-центризма на периферию их сознания ушла и социальная ценность – «единство народов».

Следует подчеркнуть, что в менталитете респондентов социальные и анти-ценности соотносятся при своеобразном понимании стимульной терминологии, что приводит к высокой связанности их между собой. Это, к сожалению, является большой проблемой любых семантических технологий.

Корреляционный анализ показывает, что в структуру сознания респондентов на эмоциональном уровне включены 3 семантических объектов-факторов. Первый представлен соотношением антиценности «личные цели, интересы» и социальной ценности – «единство народов». В рамках второго фактора наблюдается прочная корреляционная связь антиценности «богатство» с социальной ценностью «нравственность». Наконец, третий семантический фактор обоснованно составляют понятия «абсолютная свобода» и «отношения без обязательств».

3. *Шкала ассоциативно-смыслового анализа (АСА)*. Исследование ассоциаций и сам ассоциативный метод, положенный в основу шкалы АСА, имеет глубокие исторические корни [2, с.285-286]. Он исчерпывающе описан в работах Дж. Диза [16], А.А. Леонтьева [6] и др.

В нашем исследовании ассоциации как глубинный слой проявления психики анализировались посредством семантического дифференциала. В качестве стимульного материала респондентам предъявлялся иллюстрационный (образы) материал, эмоционально совместимый с обозначенной тематикой стимульных фраз (слов) с вероятностью от 17 до 72 %. Результаты обработки CD были преобразованы в 100-балльную оценку [5, с.195-196].

После обработки данных часть образов-понятий приобретала статус доминантных ценностей при минимальной «близости» – по CD ($M_x + \delta_x = 65$ и более), а другая часть – арьергардные ценности при максимальной «удаленности» по CD ($M_x - \delta_x = 30$ и менее) стимулов сместилась на периферию сознания испытуемых (табл.3).

Таблица 3 – Соотношение результатов опроса респондентов по данным ассоциативно-смыслового анализа (в 100-балльной шкале)

| Стимулы-ценности | Стандартные баллы по CD по (понятия-образы) |
|---|---|
| Труд | 70 |
| Исключительная роль своего этноса | 92 |
| Достоинство | 48 |
| Идти своим путем и не быть должным никому | 47 |
| Права и свободы | 22 |
| Абсолютная свобода | 53 |
| Служение Отечеству | 78 |
| Личные цели, интересы | 30 |
| Нравственность | 59 |
| Забота о себе | 33 |
| Взаимопомощь | 62 |
| Богатство | 75 |
| Традиционная семья | 72 |
| Независимость | 44 |
| Сострадание, милосердие | 52 |
| Отношения без обязательств | 28 |
| Преемственность поколений | 56 |
| Власть, собственные амбиции | 17 |
| Единство народов | 12 |
| Я – гражданин мира | 60 |
| Жизнь | 36 |

К доминантным смыслам-ценностям отнесены: «исключительная роль своего этноса» (92), «служение Отечеству» (78), «богатство» (75), «традиционная семья» (72) и «труд» (70). Арьергардные позиции занимают – «единство народов» (12), «власть, собственные амбиции» (17), «права и свободы» (22), «отношения без обязательств» (28) и «личные цели, интересы» (30). То есть, смысловая сфера респондентов, отражая этно-центристские позиции населения (при снижении статуса социальной ценности «единство народов»), впитала и патриотический аспект, связанный со служением Отечеству, народу, традиционной семьей и созидательным трудом. Эгоцентричные цели и амбиции, свобода, права и народное единение отошли на задний план.

Однако корреляционный анализ показал, что группы стимулов (социальные и антиценности) на уровне $p \leq 0,05$ значимо не различаются и составляют однородный ассоциативный фактор. Так коэффициент корреляции между показателями социальных и антиценностей составил 0,59 ($p \leq 0,01$). Исследование согласованности стимульного пространства путем выявления плотных корреляционных плеяд показывает разноплановость терменологических представлений респондентов. То есть, в структуре образов-понятий наряду с устойчивыми специфическими смыслами проявляются на ассоциативном неосознаваемом уровне и специфические конфигурации. Значимая специфика корреляционных связей определена в соответствии с критерием вероятности однородности признаков на уровне 0,9 и более [4].

В структуре ценностей, выраженных посредством образов (тематических иллюстраций) проявляются 4 четко выраженных смысловых узла. Системообразующим элементом первого *смыслового континуума* является этно-центризм («исключительная роль своего этноса»), который тесно связан с понятиями: «жизнь», «права и свободы», «традиционная семья» и «сострадание, милосердие». Второй *смысловой узел* составляют гражданственные тенденции, включающие «служение Отечеству», «идти своим путем и не быть должным никому», «жизнь» и «преемственность поколений». Третий *смысловой узел*, доминантой которого становится «труд» как путь к «богатству» и народному единению. Четвертый выраженный *смысловой узел* отражает поверхностно-житейскую, эго-защитную палитру, как правило, свойственную молодым людям. Ядром этого смыслового образования является антиценность «абсолютная свобода», с которой соотносятся «отношения без обязательств».

Сравнительный анализ результатов опроса респондентов на трех уровнях восприятия смыслов-ценностей при обработке показателей шкал ССА, ЭСА и АСА дает основание к некоторым выводам о диагностических возможностях МИЛС.

Значения показателей шкал МИЛС, преобразованные в стандартные оценки [5, с.196-196], сведены в таблицу 4.

Таблица 4 – Соотношение результатов поуровневого опроса респондентов, преобразованных в стандартные оценки

| Стимулы-ценности | Перевод в преобразованные 100-балльные оценки | | |
|---|---|--|---|
| | Прямой содержательный опрос (выбор ценностей) (ССА) | Непрямой опрос с использованием CD (фразы) (ЭСА) | Непрямой ассоциативный опрос с использованием CD (образы) (АСА) |
| Труд | 55 | 34 | 70 |
| Исключительная роль своего этноса | 28 | 92 | 92 |
| Достоинство | 62 | 66 | 48 |
| Идти своим путем и не быть должным никому | 50 | 64 | 47 |
| Права и свободы | 65 | 44 | 22 |
| Абсолютная свобода | 43 | 36 | 53 |
| Служение Отечеству | 12 | 67 | 78 |
| Личные цели, интересы | 68 | 56 | 30 |
| Нравственность | 52 | 62 | 59 |
| Забота о себе | 88 | 59 | 33 |
| Взаимопомощь | 59 | 47 | 62 |
| Богатство | 48 | 38 | 75 |
| Традиционная семья | 41 | 60 | 72 |
| Независимость | 59 | 30 | 44 |
| Сострадание, милосердие | 78 | 51 | 52 |
| Отношения без обязательств | 22 | 17 | 28 |
| Преемственность поколений | 35 | 55 | 56 |
| Власть, собственные амбиции | 32 | 22 | 17 |
| Единство народов | 45 | 28 | 12 |
| Я – гражданин мира | 38 | 12 | 60 |
| Жизнь | 78 | 83 | 36 |

При помощи коэффициента α (альфа Л. Кронбаха) рассчитана внутренняя согласованность шкал, описывающих один объект. В результате $\alpha=0,999$, что показывает оптимальную согла-

сованность исследуемых смысловых характеристик [18; 22]. В тоже время по итогам корреляционного анализа показателей наблюдается расхождение данных по шкалам МИЛС, связанное с разноплановостью измерения смыслов-ценностей (табл.5).

Таблица 5 – Интеркорреляционные соотношения переменных (R_{xy})

| Показатель шкалы ЭСА | Показатель шкалы АСА | |
|----------------------|----------------------|----------------------|
| 0,49 | - 0,09 | Показатель шкалы ССА |
| | 0,37 | Показатель шкалы ЭСА |

Данная экспериментальная ситуация отражает последовательное восприятие и усвоение респондентами стимулов-ценностей на содержательно-смысловом (открытом) и эмоционально-смысловом (0,49, $p \leq 0,05$), а также на эмоционально-смысловом и ассоциативно-смысловом (0,37, $p \leq 0,05$) уровнях семантического поля. В тоже время наблюдается обратная слабая статистически незначимая связь между содержательно-смысловым и ассоциативно-смысловым уровнями анализа данных (-0,09). То есть, все эти уровни имеют некую преемственность в логике исследования, но представляют собой разные грани (плоскости) изучения данного феномена, что предполагает в рамках МИЛС последовательное углубление анализа смыслового пространства испытуемых. Эти уровни анализа, оцениваемые соответствующими шкалами, связаны также с уровнем восприятия и осознания стимулов испытуемыми. Если на содержательно-смысловом уровне (ССА) испытуемые практически в полном объеме представляют (и понимают) логику тестирования, то на уровне эмоционально-смысловом (ЭСА) с применением CD от них ускользает технология распознавания предложенных стимулов, хотя сами стимулы понятны и ясны (стимулы доступно вербализованы). На ассоциативно-смысловом уровне анализа (АСА) от испытуемых укрыты не только логика расшифровки стимулов, но и сами стимулы, которые представлены в виде тематических иллюстраций (образов). То есть, с нарастанием уровня экспериментальной «маскировки» возрастает возможность пробиться к истинному выбору и тем самым к объективному содержанию и структуре субъективных смысловых полей респондентов.

Сопоставление семантических пространств в менталитете респондентов показывает их выраженную динамику при сохранении ряда статичных ценностных пунктов: «отношения без обязательств», «идти своим путем и не быть должным никому», «абсолютная свобода», «нравственность», «взаимопомощь» и «преемственность поколений». Изменения ценностного ряда наблюдается в 15 пунктах (см. табл.4).

Одним из основных вопросов обеспечения достоверности результатов исследования является *валидность диагностического инструмента*. В данном аспекте рассматривались содержательная, конструктивная и критериальная валидности МИЛС.

Содержательная и конструктивная валидности были нами подтверждены посредством сопоставления и ступенчатой преемственности основных смыслов-ценностей респондентами на разных уровнях анализа (содержательном, эмоциональном и ассоциативном).

Критериальная же валидность рассматривалась нами в двух аспектах. Во-первых, в процессе изучения дифференцирующей способности шкал МИЛС исследовалась соответствие распределения эмпирических данных закону нормального распределения Гаусса-Лапласа. С использованием коэффициентов асимметрии и эксцесса показано, что на всех уровнях анализа [шкала ССА ($A_s=0,02$, $E_x=-0,3$), шкала ЭСА ($A_s=0,12$, $E_x=-0,38$) и шкала АСА ($A_s=0,00$, $E_x=-0,63$)] показатели частотного выбора, значения CD (фразы) и CD (образы) распределены нормально. Во-вторых, критериальная валидация была осуществлена нами посредством статистических соотношений с «внешним критерием» (ВК), под которым понимались умственные способности, выраженные в учебной эффективности, для чего проведен корреляционный и дисперсионный анализы данных, полученных на выборке 72 студентов вузов.

С одной стороны, для выяснения связи показателей смысло-ценностей респондентов с учебной успеваемостью (эффективностью) проведен *корреляционный анализ*, который выявил тенденцию соотношения эффективности (интеллектуальности) респондентов и их осознанных ответов в рамках проявления лояльности и понимания целей исследования на *содержательно-смысловом уровне*, когда задача выбора значимых ценностей «открыто читается» респондентами (незамаскированный эксперимент). Выявлено, чем способнее студент, тем он более лояльно отвечает – выбирает социально одобряемые стимулы-ценности. Однако даже при этом, понятия «служение Отечеству» (-0,31; $p \leq 0,01$) и «преемственность поколений» (-0,25; $p \leq 0,01$) эффективные студенты семантически не принимают в качестве доминантных ценностей. На *эмоциональном уровне* с применением CD (фразы), где цели исследования замаскированы лишь частично, авангардные позиции заняли ценности «достоинство», «взаимопомощь», «независимость», «Я – гражданин мира» и «жизнь». Ценности «служение Отечеству» (-0,23; $p \leq 0,01$), «традиционная семья» (-0,26; $p \leq 0,01$) и «сострадание, милосердие» (-0,27; $p \leq 0,01$) смещены на периферию смыслового поля. *Ассоциативный эксперимент* с применением CD (образы) показал, что эффективные респонденты стремятся к свободе, независимости, беспокоятся о своих правах, нравственности и взаимопомощи, отрицают эгоцентристские тенденции, не стремятся к «служению Отечеству» и не видят смысла в «преемственности поколений».

С другой стороны, *дисперсионный анализ* был проведен посредством сопоставления ценностей эффективных и неэффективных респондентов, для чего экспериментальная выборка была разделена на полярные группы по критерию учебной успеваемости ($Mx \pm \delta x$): группа эффективных ($Mx + \delta x$) – 13 респондентов, показатели которых 82,1 и более баллов и группа неэффективных ($Mx - \delta x$) – 20 респондентов с показателями 50,9 баллов и менее. Проверка однородности показала идентичность половозрасных характеристик при статистически значимом различии уровня обучаемости.

Сравнение полярных групп осуществлялось посредством сопоставления частотности признаков на *содержательно-смысловом уровне* с использованием критерия согласия χ^2 Пирсона (Хи-тест в Microsoft Office Excel) и на *эмоционально и ассоциативно смысловых уровнях* анализа – при помощи t-критерия Стьюдента (Ттест Стьюдента в Microsoft Office Excel) предельно на уровне $p \leq 0,05$.

В результате на *содержательно-смысловом уровне* выявлено, что у эффективных студентов повышен показатель «достоинство», а неэффективные учащиеся при снижении нравственной черты имеют приоритет по эгоцентристским аспектам, стремлению к материальному успеху и благополучию, а также, по крайней мере, понимания необходимости службы Отечеству учитывая, что в прямом опросе возможно проявление демонстративной лояльности.

Эмоциональный и ассоциативный фон сложился примерно одинаково. Эффективные студенты выбирают достоинство, независимость и нравственность, а неэффективные – эгоцентристские ценности и этноцентризм.

ВЫВОДЫ

1. Настоящее исследование выводит не только на проблемно-противоречивое содержание ценностей молодежи, но и на разработку уникального инструмента диагностики смыслового поля, предполагающего выявление семантики на глубинном, неосознаваемом уровне с применением эмоционального и ассоциативно-смыслового анализа и ухода от вербального стимульного материала.

2. В инструментальном плане также: во-первых, следует учитывать степень осознанности стимулов, механизмов адекватного их восприятия. Во-вторых, необходимости элиминации эгозащиты при вскрытии истинных личностных ценностей, по крайней мере, путем реализации трех уровней анализа: содержательного, эмоционального и ассоциативного. В-третьих, необходимо выстроить систему выявления связи смысло-ценностного пространства с поведением, профессиональной или учебной деятельностью респондентов. В-четвертых, для обеспечения адекватного и достоверного восприятия стимулов видимо назрела необходимость разработки символа-знакового графического или видео формата стимульного и регистрационного материала.

3. Сопоставление эффективных и неэффективных студентов с точки зрения их обучаемости в вузе показало, что первые в своей смысло-ценностной картине мира в авангард выдвигают нравственные и ценности, связанные со свободой и независимостью, неэффективные занимают в большей мере эгоцентристские, меркантильные и этноцентристские позиции. То есть, имеет место выраженная статистически подтвержденная связь особенностей смысло-ценностной структуры личности и учебной деятельности студентов.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Апухтин Ю. Россия и Запад несовместимы: Почему «европейские ценности» абсолютно не совместимы с русскими. ИА РОД «Возрождение. Золотой век». URL: <http://xn----ctbsbzhbctieai.ru-an.info>. Дата обращения: 21.08.2023 г.)
2. Бурлачук Л.Ф. Психодиагностика: учебник для ВУЗов. – 2-е изд. СПб: Изд-во «Питер», 2005. – 351 с.
3. Бурлачук Л. Ф. Словарь-справочник по психодиагностике. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 688 с.
4. Ивантер Э.В., Коросов А.В. Введение в количественную биологию. Петрозаводск: Изд-во Петр-ГУ, 2011. – 302 с.
5. Кулагин Б.В. Основы профессиональной психодиагностики. Л.: Медицина, 1984. – 216 с.
6. Леонтьев А.А. Общие сведения об ассоциациях и ассоциативных нормах // Словарь ассоциативных норм русского языка. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1977. – 192 с.
7. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание, Личность. М.: Политиздат, 1975. – 304 с.
8. Леонтьев Д.А. Тест смысложизненных ориентации (СЖО). 2-е изд. М.: Смысл, 2000. – 18 с.
9. Литература и язык. Современная иллюстрированная энциклопедия / Под редакцией А.П. Горкина. М.: Росмэн, 2006. – 984 с.
10. Лурия А.Р. Язык и сознание / Под ред. Е.Д. Хомской. М.: Изд-во МГУ, 1979. – 320 с.
11. Насиновская Е.Е. Методы изучения мотивации личности. Опыт исследования личностно-смыслового аспекта мотивации. М.: Изд-во МГУ, 1988. – 80 с.
12. Овчинникова О.В. и др. Опыт изучения мотивов человека с применением техники гипноза // Психологические исследования. М., 1974. Вып.6. С.20-33.
13. Петренко В.Ф. Психосемантика сознания. М.: Изд-во МГУ, 1988. – 208 с.
14. Психология. Словарь / Под ред. А.В.Петровского, М.Г.Ярошевского. 2-е изд. – М.: Политиздат, 1990. – 300 с.
15. Указ Президента РФ от 9 ноября 2022 г. № 809 «Об утверждении Основ государственной политики по сохранению и укреплению традиционных российских духовно-нравственных ценностей». URL: <http://publication.pravo.gov.ru>. (Дата обращения 20.08.2023 г.)
16. Deese J. The structure of association in language and thought. Baltimore, 1965. – 216 p.
17. Kelly G. The psychology of personal constructs. Vol. I. A theory of personality. N. Y., 1955. – Vol. XVII. – 202 p.
18. Kronbah L. Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika, 1951, Vol.16, P.297-334.
19. Murray H. A. Thematic Apperception Test Manual. Cambridge, 1943. – 40 p.
20. Osgood Ch.E., Suci G.J., Tannenbaum P.H. The measurement of meaning, Urbana, Univ. of Illinois Press, 1957. – 342 p.
21. Rokeach M. The Nature of Human Values. N. Y.: Free Press, 1973. – 438 p.
22. Schmitt M. Uses and Abuses of Coefficient Alpha. Psychological Assessment, 1996. Vol. 8(4), P.350-353.

EXPERIMENTAL APPROBATION OF THE METHODOLOGY OF RESEARCH OF PERSONAL MEANINGS

Noss I.N.^{1,2}, Borodina T.I.³

¹V.P. Serbsky National Medical Research Centre for Psychiatry and Narcology of the Ministry of Health of Russia

²Russian State University for the Humanities

³Prince Alexander Nevsky Military University of the Ministry of Defence of the Russian Federation

ABSTRACT

The article presents experimental material obtained on a total sample of 178 respondents, showing the results of testing the Method of Personal Meanings Research (MPMR). The MPMR is based on the ideas of three-dimensional measurement of meaning-value constructs that make up the subject's semantic space. The study of meanings-values is carried out successively at the content-meaning, emotional-meaning, and associative-meaning levels of analysis. Each level is measured by means of the corresponding MPMR scale. The peculiar intercorrelation between the scales gives grounds to conclude that in the process of diagnostics certain layers of subjective defence of respondents are excluded and deep meaning-value portals of personality are revealed, which confirms the reliability of the MPMR. The content and construct validity of the method were confirmed by constructing a multilevel semantic space of subjects in the oppositional correlation of social values and anti-values. At the same time, the problems of meaning-values hierarchy were revealed, when dominant values do not always correlate with socially desirable meanings. The criterion validity of the MPMR was confirmed in three ways. First, a normal distribution of the data was found, confirming the differentiating power of the method. Second, statistically significant logically valid correlations with the corresponding scale scores were found. Thirdly, by means of polar groups of effective and ineffective in the educational process students differentiation of their values is shown. As a conclusion, this method should be recognised as a psychological tool for identifying the meaning space of respondents.

KEYWORDS

personal meaning, semantic values, content-semantic analysis, emotional-semantic analysis, associative-semantic analysis, validity, reliability, normal distribution of data, social values, antivalues, semantic space.