

**Е.Н. Гуц  
Омск**

**К проблеме интерпретации результатов ассоциативного эксперимента: методика анализа индивидуальных анкет респондентов**

Материалом для данного исследования послужили результаты свободного ассоциативного эксперимента в «малых группах» (по 5-7 человек). Основная цель исследования экспериментальных данных – установление по индивидуальной анкете испытуемого его ассоциативного поведения, т.е. стратегии выбора им реакции, представленной некодифицированной лексической единицей; частные (сопутствующие) задачи исследования – определение зависимости использования некодифицированной лексики при ассоциировании от пола, уровня выраженности различных форм агрессии, в том числе – вербальной, самооценки и девиантного поведения испытуемых.

Для решения конкретных практических задач нам было необходимо изучить и проанализировать все имеющиеся логические, психологические, лингвистические, культурологические классификации реакций, поучаемых в ассоциативном эксперименте, и на этой основе выработать приемлемую для исследования специфического объекта (некодифицированных вербальных ассоциаций) классификацию. При этом мы стремились учесть факторы, оказывающие принципиальное влияние как на построение классификации, так и на интерпретацию данных, полученных в ходе проведения свободного ассоциативного эксперимента. Для нашего исследования значимыми [Горошко

2001: 257] являются следующие факторы: характеристика стимульного слова; частота реакции в ассоциативном поле; предмет классификации (стимул – реакция и /или связь между ними); «паспорт» респондентов (испытуемых), принимающих участие в свободном ассоциативном эксперименте; направление анализа (вертикаль – горизонталь).

При анализе некодифицированных реакций принципиально важно учитывать характер отношений, возникающих между стимулом и реакцией, т.е. пытаться восстановить ход ассоциативного процесса, особое внимание уделяя стратегии выбора испытуемым той или иной реакции. Исследуя реакции по «вертикали» (всю совокупность реакций испытуемого на некоторое число стимулов), мы можем с большей степенью точности, нежели при «горизонтальном» способе представления ассоциативного материала, установить тип связи между стимулом и реакцией и определить коммуникативные тактики (стратегии), выбранные испытуемым. Примером вертикального анализа экспериментальных данных может служить предпринятое Ю.Н. Карауловым исследование типов отношений, наблюдаемых между стимулом и реакцией в ассоциативно-вербальной сети [Караулов 1999: 119–136].

Ю.Н. Караулов [там же: 108–109] выделяет пять коммуникативных тактик испытуемых в свободном ассоциативном эксперименте: предикацию (в узком смысле – как приписывание признака предмету), номинацию (в том числе дефиницию), локацию, оценку и пропозицию. Анализ результатов серии ассоциативных экспериментов, проведенных в подростковой аудитории, позволяет сделать вывод о наличии еще одной тактики у испытуемых – инвективной. Под инвективной мы понимаем «способ существования вербальной агрессии, воспринимаемой в данной семиотической (под)группе как резкий или табуированный» [Жельвис 1997: 11].

Анализ реакций по «вертикали» позволяет определить не только коммуникативные тактики, но и стратегии, которые «легче всего обнаруживаются в повторяемости способов реагирования на различные стимулы в одной и той же анкете» [Гольдин, Мартьянов, Сдобнова 2004:224]. На наш взгляд, большую

теоретическую и практическую ценность имеет разграничение ассоциативных тактик и стратегий: «если под ассоциативными тактиками понимать выбор языковых моделей реагирования (синтагматическая, парадигматическая, словообразовательная, антонимия, синонимия и т.д.), то ассоциативная стратегия – это выбор коммуникативных моделей, и одна и та же коммуникативная стратегия может обслуживаться в ассоциациях, соответствующим различным тактикам» [там же: 224].

Свободный ассоциативный эксперимент, результаты которого стали объектом исследования в данной статье, проводился в 2004 году в средних учебных заведениях г.Омска. Количество участников эксперимента – 208 человек, учащихся 10 – 11 классов. При проведении исследования учитывалось время, место, условия организации эксперимента, психические и поведенческие особенности испытуемых, их пол и межличностные отношения. Общее количество реакций (включая отказы) – 6240 (каждый испытуемый получал анкету с 30 словами-стимулами). Реакций, представленных жаргонными, просторечными, грубопросторечными и некоторыми общепотребительными разговорными реакциями, – 720, что составляет 12% от общего количества реакций, полученных в эксперименте.

60% всех участников контрольного эксперимента использовали в качестве реакций на 30 стимулов анкеты 2-3 некодифицированные лексические единицы. По данным О.Е. Морозовой, в анкетах студентов Поморского госуниверситета среднее количество жаргонных реакций на 75 стимулов – 1-3 лексических единицы [Морозова 2002: 133-134]. 23% испытуемых использовали 4-6 некодифицированных единиц; 5% – 7-8 слов; 3% испытуемых (6 человек) в анкете использовали только одно жаргонное слово: *кайф* (4); *лох* (1); *жмот* (1); 2% – 9 и более слов; отсутствуют некодифицированные лексические единицы только в 7% анкет.

Представим типичные «наборы» реакций-жаргонизмов, зафиксированные в индивидуальных анкетах:

2 реакции: *кайф, лох*; *кайф, жмот*; *кайф, урод*; *жмот, урод*; *кайф, бухать*; *кайф, базарить*.

3-4 реакции: к предыдущему «набору» добавляются либо глаголы *хавать, напрягать, парить, кинуть, подставить, торчать, отрываться, кайфовать, наркоманить*, либо прилагательные *прикольный, сливовый, блатной, клевый, продвинутый, навороченный, стремный, отстойный*, либо существительные со значением лица *телка, метелка, швабра, заучка, алкаш, синяк, хляк, кореш, чувак, перец, нарк, жидяра, пацан, мачо, кент, танк*, либо инвективы *козел, придурок, даун*.

5-6 реакций: часто появляются повторы (*кайф, отстой, лох, сволочь, придурок, урод, козел*); добавляются грубо-просторечные реакции.

7 и более реакций: анкеты с таким количеством реакций отличаются повышенной агрессивностью (наличие инвектив), пессимистическим взглядом на мир (или хотя бы на стимулы, вызывающие такие ассоциации), эмоциональностью, негативизмом, отрицательным отношением к самому эксперименту.

Можно сделать вывод, что анкеты, содержащие 1-2 жаргонизма, типичны для ассоциативного эксперимента в подростковой аудитории и создают именно тот равномерно структурированный общий фон, который и отражает стандартное поведение носителя языка в ситуации эксперимента с его языковой способностью [Караулов 1999: 121]. В таких анкетах нет установки на эпатаж, желания выделиться, шокировать экспериментатора, нет и стремления угадать цель эксперимента, а угадав, «поиграть в знатоков», пошутить, развлечься, т.е. можно говорить об отсутствии сознательно запрограммированной установки и о незаинтересованности испытуемого в результатах (каждого акта) коммуникации [там же: 121].

Мы попытались из индивидуальных анкет выбрать анкеты, в которых доминирует та или иная тактика ассоциирования. В нашем ассоциативном материале, полученном в подростковой аудитории, были обнаружены те же закономерности, что и во «взрослом»: большинство анкет содержит пропорционально соотносимое число пар S – R с явно выраженной предикацией; с тактикой, ориентированной на номинацию, и с «пропозициональной» тактикой. Однако, в отличие от «взрослых» анкет, в «подростковых» обнаружены анкеты с доминирующей оценочной тактикой (положительной или отрицательной), а также ан-

кеты с явно выраженной инвективной тактикой. Для определения акцентуированных анкет мы использовали порог, равный 25%, что в значительной степени условно [Караулов 1999: 123].

В таблице представлены анкеты, в которых доминирует та или иная тактика ассоциирования (1– номинативная тактика; 2 – оценочная; 3 – «предикативная»; 4 – «пропозициональная»; 5 – инвективная). Мы исследовали все слова-реакции, т.е. не учитывали параметр кодифицированность / некодифицированность.

<b>Слово-стимул</b>	1	2	3	4	5
Батон	Хлеб	Вкусный	Толстый	Крошить	Ядрен
Веселый	При- кольный	Клевый	Чел	Нарко- тик	Урод
Говорить	Базарить	Красиво	Словами	Пиво	Врать
Есть	Хавать	Кайф	Малину	Столо- вая	Не хочу
Жадный	Жмот	Скупой	Обжора	Хитрый	Сволочь
Женщина	Мужчи- на	Добрая	Толстая	Секс	Коза
Колеса	Таблетки	Большие	Черные	Нарк	Таблетки
Надежда	Вера	Хорошо	На зав- тра	Будущее	Ее нет
Ботаник	Заучка	Умный	Крутой	Пестики	Не я
Тащиться	Нравить- ся	Кайф	От чего- либо	Тусовка	В школу
Друг	Кореш	Надеж- ный	Настоя- щий	Бухать	Корефан
Любовь	Чувство	Краси- вая	Вдвоем	Постель	Тупость
Слабый	Хилый	Жалко	Умрет	Больной	Лох

Обмывать	Бухать	Праздновать	Машину	Опять пить	Водка
Базар	Разговор	Круто	Фильтруй	Колбаса	Бабки
Кидать	Обломать	Человека	Шары	Аферисты	Как лоха
Загреметь	Сесть	Пропасть	В тюрьму	Нары	Зона
Крутой	Модный	Клевый	Пацан	На понтах	Отстой
Грузить	Напрягать	Здорово	Ящики	Башка	Чувака
Метелка	Швабра	Швабра	Старая	Уборка	Телка
Оттягиваться	Веселиться	Кайф	По полной	С друзьями	Фигня
Мочить	Бить	Яблоки	Всех	Бригада	Козлов
Гнать	Врать	Врать	Самогон	Самолет	Пургу
Наглый	Навязчивый	Не везет	Козлина	Оборзел	Рыжий
Удовольствие	Радость	Огромное	Поспать	Выпивка	Отстой
Косить	Притворяться	Траву	Бабки	Халява	Дурак
Обломать	Сломать	Ветку	Рога	Косяк	Лохануть
Лечить	Врач	Успешно	Базаром	После пьянки	Похмелье
Мужчина	Женщина	Круто	Богатый	Машина	Кобель
Работать	Трудить	Кайф	На халя-	Водила	Получать

	ся		ву		баксы
--	----	--	----	--	-------

1. Анкета с доминирующей номинативной тактикой. Преобладают синонимы, общеупотребительные и жаргонные. Представлены и другие способы вторичной номинации: гипероним (*хлеб*), симиляр (*жмот*), оппози́т (*мужчина* и *женщина*). Результаты анализа индивидуальных анкет подтверждают выводы, сделанные ранее, о частотности и разнообразии собственно семантических реакций, в частности синонимов. Желание «удвоить» стимул, объяснить, расшифровать его значение; «перевести» с литературного языка на жаргонный или предложить еще один равноправный ненормированный лексический вариант (чаще синоним) определяет выбор испытуемым коммуникативной тактики.

2. Анкета с доминирующей оценочной тактикой. В таблице представлена анкета с доминирующей **положительной** оценкой стимула. Жаргонные оценочные слова (*кайф*, *клево* и т.п.) используются наряду с общеупотребительными лексическими единицами, выражающими эксплицитную или имплицитную оценку: *вкусный, красиво, хорошо, успешно, умный, надежный, красивая, добрая, огромное*. Кроме «оптимистичных» анкет, были получены и анкеты с ярко выраженной отрицательной оценкой стимулов, с преобладанием негативных реакций, сочетающихся с реакциями-инвективами и реакциями по поводу проведения эксперимента. Такого типа анкеты можно сравнить с «взрослыми» анкетами-настроениями [Караулов 1999: 133]. Однако беседы с испытуемыми после анкетирования, а также консультации с учителями и школьными психологами позволяют говорить не о **настроении**, которое может быть изменчивым, сиюминутным и т.п., а об определенном **взгляде** на мир, уже сформированном и деформированном с точки зрения этических норм, принятых в обществе.

3. Анкета с доминирующей предикацией. «Предикатная» тактика, т.е. приписывание признака предмету, представлена во многих анкетах, авторы которых преимущественно девочки. Анализ анкет позволяет утверждать, что, выбрав в начале анкеты именно эту тактику, что было вполне оправдано семантическими и грамматическими признаками слова-стимула, испытуе-

мые распространили ее на другие стимулы, сделав выбранную тактику «универсальной» (похожие наблюдения и выводы см.: Наумова 1983: 118; Горошко 2001: 80).

4. Анкета с доминирующей «пропозициональной» тактикой. Таких анкет в нашем эксперименте зафиксировано четыре. Это наиболее яркие с точки зрения доминирующей тактики анкеты, в них четко прослеживается смысловая связь между стимулом и вызванным им представлением, причем реакция вместе со стимулом задают пропозицию, восходящую к некоторому прототипическому для данного испытуемого тексту [Караулов 1999: 123]. Каковы же ситуации, в которых могли использоваться анализируемые слова-реакции, и какой смысл в них актуализирован, видно из примеров: веселый → *наркотик*; говорить → *пиво*; женщина → *секс*; колеса → *нарк*; друг → *бухать* и т.д.

5. Анкета с доминирующей инвективной тактикой. Обращение к индивидуальным листам ответов, к ассоциатам как репрезентантам индивидуального языкового сознания подростка позволяет сделать следующие выводы: 1) в анкетах используется в среднем 2-3 инвективы, наиболее частотные из которых *лох*, *урод*, *козел*, *придурак*, *дебил*, *идиот*, *даун*; реже встречаются повторы одного ассоциата; 2) большинство инвектив «оценивают» умственные способности и внешность человека, трусость, физическую слабость.

Использование инвективы в свободном ассоциативном эксперименте характерно для подростков, что объясняется в первую очередь психологическими причинами. В частности инвектива, «внешне полностью идентичная «взрослой», призвана интегрировать подростка в общество старших и одновременно служить средством защиты от страхов сексуального или иного толка» [Жельвис 1997: 55].

Изучение индивидуальных анкет и комментарии школьных психологов-экспертов позволяют сделать вывод о том, что использование инвективы, уровень выраженности агрессивных реакций в САЭ коррелирует с самооценкой подростка. Этот частный экспериментальный вывод в свою очередь подтверждает известную в психологии закономерность: уровень проявления вербальной агрессии выше у тех подростков, для кого характерны «представления о себе как о высокоавтономной личности,

отличающейся выраженной способностью к лидерству и высоким интеллектом» [Психология подростка 2003: 374].

Анализ ассоциативного материала показывает, что инвективную тактику ассоциирования чаще выбирают мальчики, однако наши наблюдения за речью подростков в течение достаточно большого времени (с конца восьмидесятых годов), анкетирование и опросы информантов позволяют отрицать гендерную обусловленность использования инвективы в речи и констатировать лишь интенсивность проявления любой формы агрессии, вербальной в том числе, у мальчиков.

Таким образом, изучение реакций «по вертикали», т.е. обращение к индивидуальным анкетам испытуемых, позволяет утверждать, что на количество и частотность реакций, представленных некодифицированными языковыми знаками, влияют психологические и поведенческие особенности испытуемых: склонность к девиантному поведению; агрессивность, в частности такая его форма, как негативизм; уровень самооценки; наличие «аффекта неадекватности» или «подросткового комплекса» [Психология подростка 2003: 47]

На первом этапе исследования [Гуц 2005] при анализе большого количества анкет (количество участников эксперимента – 2929 человек; количество проанализированных реакций, представленных некодифицированными языковыми знаками, – 13000) были сделаны выводы об использовании некодифицированных реакций, о коммуникативных тактиках усредненной, совокупной языковой личности подростка. Исследование всей совокупности реакций испытуемого на весь список стимулов (анализ по вертикали) позволило верифицировать полученные данные.

### **Литература**

*Гольдин В.Е., Мартыанов А.О., Сдобнова А.П.* Ассоциативный словарь школьников Саратова и Саратовской области // Языковое сознание. Теоретические и прикладные аспекты. – М.; Барнаул, 2004.

*Горошко Е.И.* Интегративная модель свободного ассоциативного эксперимента. – Харьков; М., 2001.

*Гуц Е.Н.* Психолингвистическое исследование языкового сознания подростка. – Омск, 2005.

*Жельвис В.И.* Поле брани. Сквернословие как социальная проблема в языках и культурах мира. – М., 1997.

*Караулов Ю.Н.* Активная грамматика и ассоциативно-вербальная сеть. – М., 1999.

*Морозова О.Е.* Жаргон как психолингвистический феномен // Человек. Язык. Искусство. – М., 2002.

*Наумова Т.Н.* О развитии значения слова в онтогенезе речи // Психолингвистические исследования в области лексики и фонетики. – Калинин, 1983.

*Психология подростка: Учебник / Под ред А.А. Реана.* – СПб., 2003.

© Гуц Е.Н., 2006