

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

DOI: 10.24290/1029-3736-2023-29-1-194-218

ПРОЕКТИВНЫЕ МЕТОДИКИ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

О.Г. Зубова, канд. полит. наук, доц., доц. кафедры социальных технологий социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234*

В статье дается обзор истории развития проективного подхода в оценке личности, что позволяет определить теоретические основания для использования проективных методик в эмпирической социологии. Приводится классификация с практическими примерами применения в проведении качественных социологических исследований. Ситуации, когда проективные методики необходимы, связаны с особенностями рассматриваемой проблемы, повышенным уровнем возможного проявления конформистских позиций, необходимостью получения более глубоких представлений об изучаемом объекте. Креативный, игровой характер проективных техник, неожиданный эффект от использования различных стимулов, способствует более высокой вовлеченности участников опроса в проведение исследования, что позволяет снизить количество отказов респондентов от участия.

Основные сложности в применении проективных методик связаны с низкой стандартизацией проведения и анализа полученных данных, зависимостью в интерпретации от личности исследователя. Поэтому учитываются данные нескольких методик, для надежности дополненные другими социологическими методами, совмещается анализ на рациональном и бессознательном уровнях с целью сравнения выраженности образа и его модальности.

Все проективные методики, в зависимости от выбранных стимулов, имеют разную направленность, объединяющим фактором выступают их следующие отличительные характеристики: свобода ответа респондентов без ограничений в выборе и любой оценки с точки зрения верности и ошибочности; учет критерия неопределенности и многозначности при подборе стимулов; скрытое понимание последующей интерпретации методики для опрашиваемого.

Автор более подробно описывает практический опыт применения проективной методики коллажа, основанной на невербальных ассоциациях, процедур на завершение предложений, составления сценария, конструирующей

* Зубова Оксана Геннадьевна, e-mail: zubovaoksana@bk.ru

методики “Человечки”, экспрессивного графического метода “Линия жизни”. На их эффективность влияет ситуация проведения проективной методики с соблюдением всех необходимых требований, включая обязательное объяснение со стороны респондента; сочетание с другими методами; анализ и последующая интерпретация как качественных данных, с исследовательскими, а не диагностическими целями.

Ключевые слова: проективные методики, проективный метод, социологические исследования, вербальные и невербальные ассоциации, процедуры на завершение, конструирующие методики, экспрессивные методы.

PROJECTIVE TECHNIQUES IN SOCIOLOGICAL RESEARCH: THEORY AND PRACTICE

O.G. Zubova, Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Faculty of sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninsky Gory 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: zubovaoksana@bk.ru

The article provides an overview of the history of the development of the projective approach in personality assessment, which allows us to determine the theoretical foundations for the use of projective techniques in empirical sociology. The classification is given with practical examples of application in conducting qualitative sociological research. Situations when projective techniques are necessary are associated with the peculiarities of the problem under consideration, an increased level of possible manifestation of conformist positions, the need to obtain deeper ideas about the object under study. The creative, playful nature of projective techniques, the unexpected effect of using various stimuli, contributes to a higher involvement of survey participants in conducting research, which reduces the number of refusals of respondents to participate.

The main difficulties in the application of projective techniques are associated with the low standardization of the conduct and analysis of the data obtained, the dependence in interpretation on the personality of the researcher. Therefore, data from several methods are taken into account, supplemented with other sociological methods for reliability, analysis is combined at the rational and unconscious levels in order to compare the expression of the image and its modality.

All projective techniques, depending on the selected stimuli, have a different orientation, the unifying factor is their following distinctive characteristics: the freedom of the respondents' response without restrictions in the choice and any assessment in terms of correctness and error; consideration of the criterion of uncertainty and ambiguity in the selection of stimuli; a hidden understanding of the subsequent interpretation of the methodology for the interviewee.

The author describes in more detail the practical experience of using the projective collage technique based on nonverbal associations, procedures for completing sentences, writing a script, constructing the “Little Men” technique, and the expressive graphic method “Lifeline”. Their effectiveness is influenced by the situation of carrying out a projective technique in compliance with all necessary requirements, including mandatory explanation by the respondent; combination with other methods; analysis and subsequent interpretation as qualitative data, with research, not diagnostic purposes.

Key words: *projective techniques, projective method, sociological research, verbal and nonverbal associations, completion procedures, constructing techniques, expressive methods.*

В проведении социологического исследования одной из актуальных проблем становится получение от респондентов согласия на участие и объективность собранных данных. При конвергенции методов в современных научных подходах, для выявления бессознательных и трудно рационализированных, глубинных причин и мотивов социального поведения личности, вместо прямых вопросов, могут результативно использоваться проективные методики, основанные на проективном методе исследования личности в психологии. Это позволяет установить характеристики изучаемых явлений не только на рациональном уровне, но и через бессознательные слои психики, определяющие специфическое отношение личности к многообразным аспектам социальной среды. При этом, внимание социологов, в отличие от психологов, направлено на образы, формирующиеся под воздействием социальных факторов, процессов и деятельности основных социальных институтов.

Согласно М. Дибасу, именно проективные техники, позволяют выявлять истинные установки, оценки, интересы респондентов, в отличие от получаемых социально одобряемых ответов на прямые вопросы. Это происходит, так как нейтрализуется психологическая защита и участники опросов могут осмыслить и проговорить реальное положение вещей¹.

Ситуации, когда такие методики необходимы, связаны с особенностями изучаемой проблемы. Когда исследуется сенситивная тема, прямая ответно-вопросная форма не позволяет выявить всю необходимую информацию в рамках решения исследовательских задач. При обсуждении дискуссионных вопросов и проявлении конформизма, проекции не позволяют получить шаблонные, стереотипные ответы, соотносящиеся с принятой точкой зрения. Иногда проекции помогают в опросе информантам осознать свое истинное отношение и мотивацию. Исследователю необходимо сравнить представления об изучаемом предмете на рациональном и более глубинном уровнях. Оказывает влияние и отношение к ситуации опроса, при котором участники фокус-групп, интервью подсознательно не хотят обижать исследователя и стараются дать тот ответ, который считают хочет услышать социолог. Кроме того, воздействует и возрастной фактор, так эти методики с возможностью игровых

¹ *Debus M. Handbook for excellence in focus group research. Washington, 1986. P. 52–56.*

форм, незаменимы при изучении подростков. Но и при исследовании других социально-демографических групп, креативный, игровой характер проективных техник, неожиданный эффект от использования различных стимулов, способствует высокой вовлеченности участников опроса в проведение исследования.

Теоретические основы использования проективных методик в социологических исследованиях

Теоретическое обоснование проективных методик основывается на понятии “проекция”, которая понимается в психодиагностике как “процесс и результат взаимодействия испытуемого с объективно нейтральным неструктурированным материалом, когда происходит идентификация и наделение собственными мыслями, чувствами, переживаниями, поэтому продукты деятельности испытуемого, например, рисунки, несут на себе отпечаток его личности”².

Термин “проекция” был введен З. Фрейдом. Но изначально проекция соотносилась с самозащитой и понималась как приписывание другим людям социально неприемлемых желаний, в которых человек отказывает сам себе. Позже З. Фрейд стал рассматривать проекцию с точки зрения нормального психологического процесса, влияющего на формирование восприятия внешней среды, в основе которого находится процесс “самоуподобления”, что и явилось основой для формирования современного понимания механизма проекции в проективной диагностике³.

Подтверждение вероятности, из-за непрямого влияния на важные зоны эмоций и поведения индивида, вызывать изменения в экспериментальной деятельности, было сделано К.Г. Юнгом в начале XX в. в ходе реализации метода свободных ассоциаций, когда он просил пациентов говорить все, о чем те думают, без оценки по критерию абсурдности и социального неодобрения⁴.

Ассоциативный эксперимент К.Г. Юнга стал основой для дальнейших исследований в этой области, был неоднократно переработан многими учеными. Считается, что тесты незаконченных предложений и рассказов связаны именно с ним.

Г. Роршах предложил диагностику личности с помощью чернильных пятен, изучая и сравнивая ответы здоровых людей и людей с психическими отклонениями. Автор впервые перешел от анали-

² Проективная психология. М., 2000. С. 3.

³ Шляпкинова И.А. Проективные методы психодиагностики. Челябинск, 2005. С. 9–10.

⁴ Соколова Е.Т. Из истории проективного метода // Общая психодиагностика / Под ред. А.А. Бодалева, В.В. Столина. СПб., 2000. С. 41–57.

за содержания ответов, что делалось другими исследователями до него, к поиску механизмов возникновения представлений⁵. Г. Роршахом была создана комбинация пятен, представленная позднее в 10 карточках, позволяющая выделять неограниченным количеством способов, ответы, опирающиеся на восприятие формы, цвета, белого фона и их сочетаний. Свои результаты по апробации методики, автор изложил в работе “Психодиагностика”, опубликованной в 1921 г. и вызвавшей в научных кругах как критические отзывы, так и широкие дискуссионные обсуждения о валидности описанного метода в диагностике личности⁶.

Хотя Г. Роршах и не смог сделать теоретические обоснования соотношения особенностей восприятия пятен с определенными личностными характеристиками, его универсальный тест, получивший в дальнейшем многочисленную апробацию с высокой результативностью, доказал эффективность предложенного подхода.

Еще одним известным проективным тестом, получившим большое распространение, стал тест тематической апперцепции (ТАТ), разработанный в 30-х гг. XX в. Г. Мюрреем и К. Морган как метод исследования воображения и получивший окончательную редакцию стимульного материала в 40-х гг. XX в. Основная цель предложенного теста, в котором исследуемые составляли рассказы по показываемым черно-белым картинкам, была получить сведения о неосознаваемых мотивах, потребностях и конфликтах личности, а также способах их разрешения. Инструментарий состоял из 30 провокационных рисунков и одного пустого фона, предполагающего самостоятельность составления рассказа. При работе учитывались возрастные особенности, пол и другие социально-демографические характеристики, от этого зависел набор даваемых картинок, по которым легче было установить самоидентификацию с представленными персонажами. Интерпретация ТАТ основана на теоретическом предположении, подтвержденном эмпирически через большое количество проведенных апробаций, что при завершении поливариативной ситуации, представленной через образы на рисунке, проявляются устремления, диспозиции, внутренние конфликты личности, объяснить и рационализировать которые сам человек не может⁷.

Основные принципы проективной психологии, как и обобщение всех существующих методик с точки зрения понимания про-

⁵ Сирлз Д. Тест Роршаха. Г. Роршах, его тест и сила видения. М., 2020.

⁶ Роршах Г. Психодиагностика: методика и результаты диагностического эксперимента по исследованию восприятия (истолкование случайных образов). М., 2019.

⁷ Леонтьев Д.А. Тематический апперцептивный тест. М., 2000.

екции сделал Л. Франк⁸. Помимо психоанализа на его работы в этой области оказали влияние холистические теории личности, в частности, теория К. Левина⁹.

Расширение проблемного поля в изучении значений стимулов в характеристике проективных ответов, связано с работами в середине XX в. Д. Рапапорта и развитием когнитивных теорий личности¹⁰. Дальнейшие исследования базировались на этом направлении.

С самого начала развития проективной психологии, сформировалась критика проективного метода в изучении личности. Так аргументы Р. Кэттелла были связаны с такими проблемными аспектами проективных методик, как искажение восприятия проективных стимулов под воздействием различных факторов; до конца неподтвержденное теоретическое обоснование проективной гипотезы об преимущественно отражаемых уровнях личности и индивидуальных переменных в показателях проведенных диагностических измерений¹¹. Концептуальная не разработанность дополнялась низкой стандартизованностью и валидностью по сравнению с количественными процедурами. На критику повлияла неопределенность и многозначность интерпретаций термина “проекция” в психологическом научном дискурсе¹².

Л. Франк писал в связи с этим, что, хотя и необходима стандартизация проективных методик, без которой нельзя говорить о валидности и надежности, сама стандартизованная процедура не может показать все субъективные проявления личности¹³.

Несмотря на критические оценки, именно экспериментальное применение проективных методик показало их состоятельность при соблюдении определенных принципов проведения и анализа полученных данных, совместного использования с другими методами. Как пишет Е.Т. Соколова: “История проективных методик — это и хронология, отмечающая особо важные вехи развития проективной техники, и история развития проективного метода как целостного

⁸ Франк Л.К. Проективные методы изучения личности // Проективная психология. М., 2010. С. 6–28.

⁹ Левин К. Теория поля в социальных науках. М., 2019.

¹⁰ Соколова Е.Т. Проективные методы исследования личности. М., 1980. С. 15–18.

¹¹ Cattell R. Personality and motivation: structure and measurement. N.Y., 1957.

¹² Бурлакова Н.С. О новых возможностях и перспективах развития проективного исследования // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2008. № 4. С. 3–19; Беллак Л. О проблемах концепции проекции // Проективная психология. М., 2010. С. 6–28; Murstein B.I., Pryer R.S. The concept of projection // Psychological Bulletin. 1959. Vol. 56. P. 353–374.

¹³ Соколова Е.Т. Проективные методы исследования личности. М., 1980. С. 7–8.

подхода к пониманию природы личности и способов ее экспериментального изучения”¹⁴.

Общая характеристика и классификация проективных методик

Все проективные методики, в зависимости от выбранных стимулов, имеют разную направленность, объединяющим фактором выступают их отличительные характеристики, основанные на особенностях проективного подхода в оценке личности. Во-первых, это свобода ответа респондентов без ограничений в выборе и любой оценки с точки зрения верности и ошибочности. Во-вторых, начиная с теста чернильных пятен, это неопределенность и многозначность выбираемых стимулов. Также возникающее скрытое понимание последующей интерпретации методики для опрашиваемого, что позволяет выявлять латентные, неосознанные стороны в изучаемых вопросах¹⁵.

Ситуация применения и само содержание проективных методик, с направленностью на внутренний мир личности, содействует появлению у опрашиваемого интереса к участию, помогает наладить конструктивные взаимодействия при первом контакте.

В качественных исследованиях в социологии проективные методики выполняют ряд важных функций, среди которых:

- экспрессивная: возможность выразить и передать личное восприятие, отношение;
- креативная: новый взгляд на уже знакомые практики и восприятие, оригинальность мышления;
- раскрепощающая: возможность открыться и публично выразить свои чувства;
- невербальная: работа на уровне эмоций, образного мышления и т.д.;
- понимающая: доступ к скрытым или вытесненным идеям, чувствам путем проецирования личного неосознанного содержания на неструктурированные стимулы.

Основные сложности в применении проективных техник связаны с низкой стандартизацией проведения и анализа полученных данных, зависимостью в интерпретации от личности исследователя. Учитываются данные нескольких методик, для надежности дополненные другими социологическими методами. Совмещается анализ

¹⁴ Соколова Е. Т. Из истории проективного метода // Общая психодиагностика / Под ред. А. А. Бодалева, В. В. Столина. СПб., 2000. С. 41.

¹⁵ Бурлачук Л. Ф. Введение в проективную психологию. Киев, 1997. С. 9–26.

на рациональном и бессознательном уровнях с целью сравнения сформированности образа и его оценок.

В психологии были даны разные классификации проективных методик. Первую обобщающую классификацию, используемую и сегодня в расширенном варианте, предложил Л. Франк¹⁶. Он выделил следующие группы по тестам: конститутивные, основанные на аморфном материале с последующим осмыслением, например, чернильных пятен в тесте Г. Роршаха; конструктивные, где из деталей формируют целое, как из фигурок в Сценотесте Г. фон Штабса; интерпретативные, основная задача в которых связана с интерпретацией, например, в тематическом апперцептивном тесте Г. Мюррея черно-белых рисунков с участием людей; катартические, где осуществляется игровая деятельность в особых условиях, как в психодраме, семейных расстановках; рефрактивные, основанные на диагностике речи, почерка; экспрессивные, где изучается свободное самовыражение испытуемых, прежде всего, через рисунки на свободную или заранее определенную тему, например в рисунке несуществующего животного; импрессивные, где важен результат выбора стимула из предложенных, как в тесте М. Люшера с цветами; аддитивные, направленные на завершение предложения, истории, картинки, как в тесте на незаконченные предложения Сакса-Леви, рисуночной фрустрации С. Розенцвейга.

Многие их модификаций приведенных проективных тестов используются в социологии, но не с диагностическими, а исследовательскими целями и становятся частью разработанного инструментария для проведения интервью, фокус-групп и даже анкет¹⁷.

Мы предлагаем, на основе упрощения классификации Л. Франка под социологические задачи и подходе О.Т. Мельниковой, основанном на большом практическом опыте реализации проективных методик в качественных исследованиях, выделить следующие группы проективных методов, используемых в социологии:

- Вербальные и невербальные ассоциации.
- Процедуры на завершение.

¹⁶ Шляпникова И.А. Проективные методы психодиагностики. Челябинск, 2005. С. 17–19.

¹⁷ Гурджи И.А. Проективные методики в качественных исследованиях // Практический маркетинг. 2000. № 1. С. 25–30; Фоломеева Т.В. Использование проективных методик для повышения эффективности фокус-групп // Социология: методология, методы, математические модели. 2003. № 17. С. 83–108; Branthwaite A., Cooper P. A new role for projective techniques // Worldwide Qualitative Research Conference and Exhibition 2001. Budapest, 2001. P. 237–261; Will V., Eadie D., Macaskill S. Projective and enabling techniques explored // Marketing Intelligence and Planning. 1996. Vol. 14. N 6. P. 38–43.

- Конструирующие методики.
- Экспрессивные методики.

Основные виды проективных методик с примерами

Метод ассоциаций связан с клинической психологией, в социологических исследованиях анализируется лишь та часть реакций участников, которая касается только изучаемого предмета без другой возможной информации о личностных особенностях. В анализе учитывается стандартность реакций, модальность образов. Не всегда первые ассоциации самые ценные, поэтому необходимо углубить и расширить ассоциативные ряды, что позволяет уйти от поверхностных ассоциаций. Не смотря на простоту этой методики, можно получить хорошие исследовательские результаты, решить проблему включения и выхода участников из ситуации опроса.

Используют как *свободные*, так и *заданные ассоциации*. В первом случае, ответ не ограничивается какими-либо параметрами. Удобно начинать именно с таких ассоциаций, но при условии положительного настроения группы. Так, ненаправленные ассоциации, при помощи которых в нашем фокус-групповом исследовании выявлялся образ волонтерской деятельности в общественном мнении студенческой молодежи, показали его положительную направленность и сформированность, создали основу для дальнейшей дискуссии на фокус-группах.

В литературе представлен значительный опыт использования направленных ассоциаций. Это могут быть самые разные категории: животные, цвета, запахи, еда, книги, фильмы и т.д. При их анализе важно обращать внимание на внешние факторы, отделять личную направленность ассоциаций от банальных.

Приведем пример использования метода ассоциации с животными при изучении восприятия образов политиков в работах Е.Б. Шестопал. По фотографиям известных политиков респондентами давались ассоциации с животными. Использовались следующие параметры для интерпретации: привлекательность, агрессивность, сила (размер животного). Дополнительно применялись ассоциации с цветом, где важна была не проблема восприятия, а личная интерпретация выбора и ассоциации с запахом, наличие или отсутствие которого свидетельствовало о натуральности и размытости изучаемых образов¹⁸: Ассоциации с животными, отсылающие к сказкам

¹⁸ Шестопал Е.Б., Новикова-Грунд М.В. Восприятие образов двенадцати ведущих российских политиков (психологический и лингвистический анализ) // Политические исследования. 1996. № 5. С. 168–191.

и фольклору, а также современной мультипликации, подходят для изучения образа организаций, социальных институтов и многих других, важно выделить ключевые параметры для анализа и дополнительно использовать другие заданные ассоциации.

Большое преимущество вербальных ассоциаций в том, что эта техника может использоваться при изучении самых различным тем, проста в организации, требует мало времени на проведение, применима при решении различных задач на всех этапах работы с респондентами. Главный недостаток связан со сложностями интерпретации полученного материала, поэтому требуется единая схема с выбранными параметрами, по которым проводится сравнение, например, в случае с едой, это могут быть линии — здоровая еда и фаст-фуд, традиционная и экзотическая. Основываясь на этом, можно уже оценивать собранные данные.

Персонафикация позволяет расширить представления о изучаемых предметах. Основана на описании респондентами портретов типичных представителей изучаемых социальных групп; явлений и процессов в форме людей; прототипов успешных и неуспешных людей. Вербально указываются все социально-демографические характеристики, система ценностей, дается описание действий, сопровождающих контекстов. Эту технику можно использовать, выявляя, например, через образы успешного и неуспешного специалиста в выбранной сфере, отношение к профессии и оценку возможностей карьерного роста у будущих выпускников. Исследователь просит описать образ успешного/неуспешного социолога, информация фиксируется на доске, потом обсуждается в группе. Если возникает несколько вариантов самих образов в группе, то работает принцип разнообразия, а не единого группового решения.

Проективная методика “Иностранец” заставляет другими глазами посмотреть на привычные повседневные практики, соотносится с теоретическими рамками феноменологического направления. Задача респондентов объяснить свои действия, используемые вещи тому, кто стоит за пределами этого опыта и не понимает происходящего. Может совмещаться с игровыми методами.

Самая популярная методика *невербальных ассоциаций* — это *коллаж*. На ее выполнение требуется больше времени, чем в других методиках, так как основная процедура заключается в выборе иллюстраций из разнообразных журналов, в соответствии с представлениями по обозначенной теме. Выбранные картинки размещаются на ватмане с помощью клея. Выполняется командами из участников фокус-групп, при этом, задания могут быть одинаковыми или противоположными. Участникам можно добавлять собственные

рисунки, использовать заголовки из газет и журналов. Как только группы завершают задания, они их показывают, комментируют те моменты, которые оказались спорными и непонятными.

Основные этапы проведения: поиск в собранных материалах тех изображений, которые можно наклеить на ватман; оформление композиции из вырезанных изображений; рассмотрение работы аудиторией; формулирование вопросов по работе; приглашение авторов для обсуждения.

Преимущество использования коллажей связано с тем, что это методика вызывает наибольший интерес у респондентов по сравнению с другими, активизирует групповой процесс, дает большой массив разнообразных визуальных и вербальных данных для анализа, может проводиться по самым разнообразным темам. Сложность проективной методики связана не только с организацией проведения и необходимостью соответствующих материалов, но и с значительными временными затратами, так как все работы необходимо обсудить, это обязательное условие для получения валидных данных. Оптимальное время на проведение — 40 минут, задача модератора, сильно не влияя на творческий процесс, контролировать соблюдение группой временного регламента. Необходимо обращать особое внимание и на подборку иллюстративного материала — он должен быть максимально разнообразным.

Основные трудности возникаю и на этапе анализа, как и со всеми качественными данными. Интерпретация может осуществляться по следующим блокам:

- Концепция визуального представления информации, лежащая в основе коллажа.
- Повторяющиеся социальные факты, которые можно выделить.
- Центральная идея представления информации.
- Преобладающая цветовая гамма.
- Количество отображенных персонажей.
- Завершенность работы.

Это общие линии анализа, критерии подбираются исходя из целевых установок и тематики заданий.

Приведем пример использования проективной методики “коллаж” в нашей работе, так при изучении отношения к молодежному экстремизму было дано задание на фокус-группах составить коллаж. Анализ коллажей, выполненных участниками, отразил ассоциативные представления о современном экстремизме, совмещенные с рациональным пониманием этого социального явления. Участники

выделили экстремизм как угрозу национальной безопасности страны и обосновали необходимость реагирования на происходящее, из-за быстрого распространения, в том числе, благодаря современным средствам коммуникации.

Методика коллажа может выполняться не только коллективно, но и индивидуально, с последующим обсуждением в ходе интервью. Приведем пример из исследовательской практики. Использование методики позволило определить основные жизненные стратегии учащейся молодежи в преодолении ситуации самоизоляции в период пандемии COVID-19. Анализ показал, какие основные положительные и отрицательные последствия преобладают, что помогало в этот период, какие основные барьеры остались непреодолимыми. На рис. 1 показаны разные подходы к выполнению задания и преобладающие для личности оценки пройденной нестандартной ситуации. Модальность образов не только отрицательная, но и положительная, как возникшая ситуация самоизоляции изменила привычные повседневные практики, чего были лишены респонденты, а что смогли в этих условиях получить.



Рис. 1. Коллаж “Моя жизнь в пандемию”

Упрощенный по времени вариант невербальных ассоциаций связан с группировкой по заданному или выбранному критерию представленных картинок с последующим обсуждением в группе.

В методике *завершения предложений*, респонденты дописывают незавершенные предложения, ситуации, истории, разговоры исходя из своих личных представлений. Как и в любой другой проективной методике получаемая информация связана не только с рациональным уровнем, но и бессознательными установками личности. Требуется продуманность и логичность используемых символов, их предварительное тестирование на эффективность, чтобы не было шаблонности и как следствие запрограммированности в ответах. Лучше задание выполнять индивидуально, потом обсуждать в группе, возможен и групповой вариант. При модификации метода завершения истории, исследователь сам дает несколько вариантов ответа на выбор, как в сказках Дж. Родари, у которых три окончания, здесь важно услышать объяснение, а при отсутствии приемлемого варианта, дать респонденту возможность самостоятельно определить финал.

Гибкость и простая техника реализации делают эту проективную методику универсальной в решении различных исследовательских задач. В социологических исследованиях, использование нестандартного задания на первом этапе, позволяет не только получить первичные данные, но, и наладить доверительный контакт с информантами, вовлечь их в ситуацию опроса.

Приведем пример использования методики в изучении подростков с целью выявления субъективной оценки изменения их жизни в пандемию и после. Анализ строился на соотношении завершения трех предложений:

1. В пандемию моя жизнь...
2. Если бы я нашел лампу Алладина (перчатку Танаса) в пандемию, то я бы загадал...
3. Счастье после пандемии для меня — это...

Методика позволила определить однозначно негативную оценку самого явления пандемии для жизни людей, что и отражается в массовом общественном сознании других групп населения. С точки зрения личностного уровня изменений своей жизни, появляется большая вариативность ответов, подростки не так остро чувствуют, что их жизнь кардинально изменилась, скорее это незначительные трансформации, связанные с новыми вынужденными практиками в организации досуга, общения, обучения. Одним из факторов, оказывающих на это влияние, становится поддержка и защищенность со стороны семьи. В отдельную группу можно выделить тех, для кого качество жизни в этот период повысилось за счет новых удобных форматов обучения и организации досуга.

Для завершения можно брать самый разный материал, в том числе и картинки, с необходимостью вписывания реплик участников в пустые места для слов. Такую проективную методику можно применять отдельно и как часть анкеты для детей и молодежи. Приведем примеры. При изучении детей в городском пространстве А.Г. Филиповой, Н.Э. Ракитиной¹⁹ применялась проективная методика, где стимулом для ответов использовались рисунки, на которых были изображены дети в определенной ситуации. Необходимо было написать ответ на реплику ребенка или самостоятельно написать то, что говорят дети. Типичные иллюстрации разных вариантов представлены на рис. 2.



Рис. 2. Завершение картинок

Проективная методика “Сценарий” требует более сложной деятельности респондента, основана на написании и анализе истории. Краткая форма заполнения основных элементов и уточняющие вопросы, позволяют сфокусировать внимание на важном и провести унифицированный анализ.

Приведём пример из исследований подростков и молодежи. Информантам предлагалось составить сценарий по теме “Один день после пандемии”. Была дана следующая инструкция: “Скажите, наверно все любят кино, а успех фильма зависит не только от игры актеров и работы режиссера, но и предложенного сценария. Сегодня у вас есть возможность придумать свой собственный авторский сценарий для фильма. Пока это не сам сценарий, а его заготовка по плану: жанр; место действия; главные герои; все, что они делают; основная проблема; финал”.

Данная проективная методика была направлена на выявление главных страхов, связанных с постпандемическим периодом. Все сценарии имели завершение. Условно можно выделить следующую

¹⁹ Филипова А.Г., Ракитина Н.Э. Городская “доброжелательность” к детям: от неравенства к соучаствующему проектированию городской среды (на материалах городов юга Дальнего Востока). Владивосток, 2017.

их направленность: эсхатологическая, неопределенная, реалистическая. Источник формирования страхов — СМИ, распространяющие информацию о пандемии и выступающие основным транслятором массовой культуры. Выделяется социальный страх, архетипически связанный с проблемой выживания людей во время эпидемий и не актуальный для современной цивилизации до начала пандемии. А также страх неопределенности будущего в ситуации утраты привычной системы социокультурных координат.

Проективная методика “Сказка” описана в работах А.В. Марченко с точки зрения установления базовых сценариев, определяющих отношение изучаемых социально-демографических групп к рассматриваемому предмету²⁰. Основана на технике Зальтмана²¹ по извлечению метафор. Написание сказок является сложным заданием для респондентов, но имеет свой эвристический потенциал. Использование фантазийных форм дает больше возможностей для отображений со стороны респондентов. Деятельность многих социальных институтов можно представить через описание сказочных государств с соответствующими персонажами. Дополнением для анализа служат изображения на рисунках, сделанные участниками исследования.

Приведем пример *конструирующей методики “Человечки”*. Проективная методика была направлена на изучение социального самочувствия в три временных периода: до, во время и после пандемии с точки зрения субъективного подхода. Рисунки в форме трех пустых контуров фигур человечков, предполагали, что подростки смогут передать через символы, цвета, мимику свое самоощущение, связанное с тремя временными периодами до, во время и после пандемии, через которые выявляется их субъективная оценка качества жизни и направленность основных изменений. Подростки рисовали, а потом рассказывали, что представлено на их рисунках, отвечали на вопрос о том, каким будет мир без пандемии (рис. 3, 4). Проективная методика позволила выявить, что образ жизни до пандемии мифологизируется и идеализируется, изменения и сложности адаптации через разные средства представлены в период пандемии, больше всего вариативности в изображении будущего от идеала до полной неопределенности.

²⁰ Марченко А.В. Применение проективных методик в маркетинговых исследованиях // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2017. № 1 (7). С. 86–98; Марченко А.В. Проективные методики ZMET и Сказка и их использование в маркетинговых и социологических исследованиях // International Journal of Professional Science. 2018. № 1. С. 31–48.

²¹ Zaltman G., Coulter R.H. Seeing the voice of the customer: metaphor-based advertising research // Journal of Advertising Research. 1995. Vol. 35. N 4. P. 35–51.

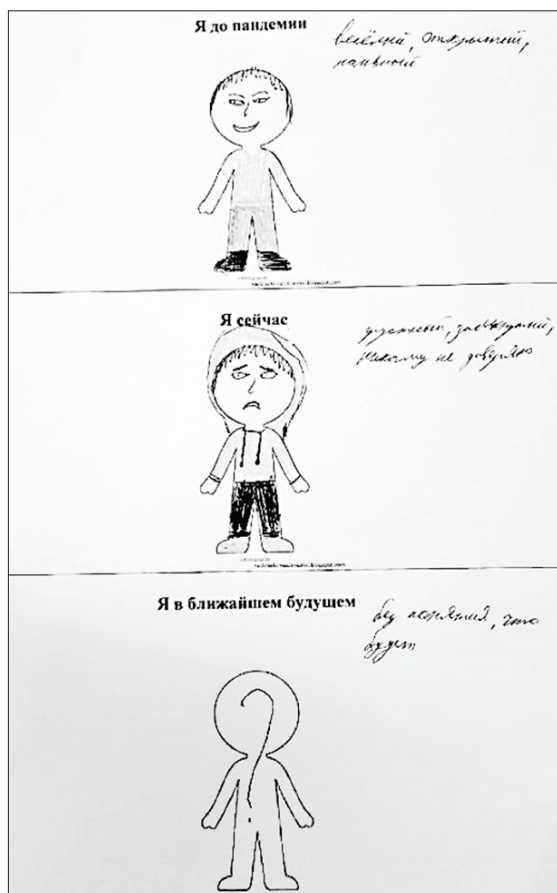


Рис. 3. М., 15 лет

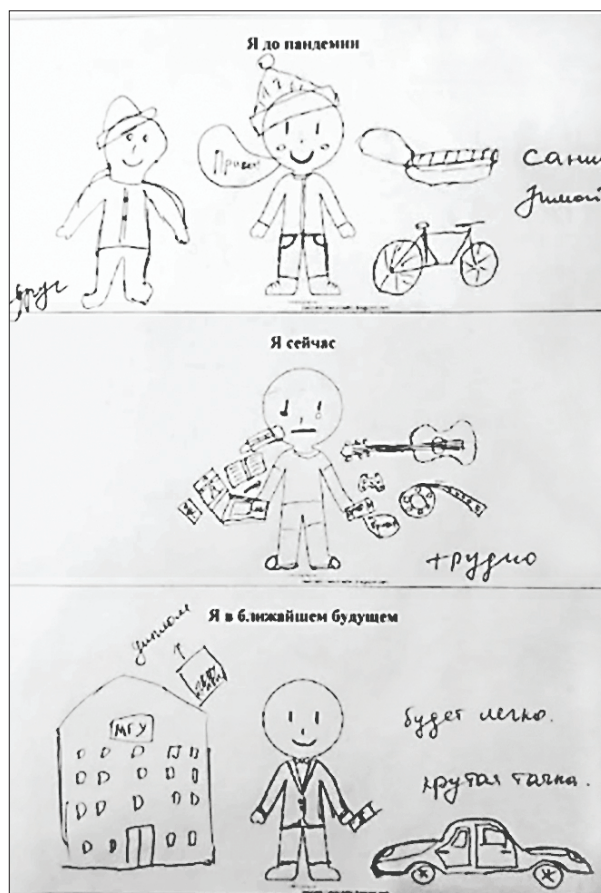


Рис. 4. М., 14 лет

Группа экспрессивных методик включает *игровую активность и рисунки*. Элементы игровой активности могут осуществляться при проведении фокус-групп. В действиях участников для модератора появляется необходимая информация для анализа. Можно менять местами роли родителей и детей, наблюдая проигрывание ролевых конфликтов, наделять обычные предметы (ручка, шляпа и т.п.) волшебными свойствами, используя в дальнейшем их при проигрывании различных сценариев. Если невозможно создать реальных условий для игры, можно их сделать воображаемыми, смоделировав ситуацию и включив участников в обсуждение, например, отправив их в кругосветное путешествие, на необитаемый остров и т.д. Для получения результатов, необходима четкая проработка игры, под конкретные исследовательские задачи. Представляет большие возможности, в случае необходимости моделирования социальных ситуаций и при поиске решений на поставленные вопросы, основывается на групповых взаимодействиях.

Вариация ролевой игры — мини-дебаты, в которых можно задействовать несколько команд, сформированных случайным образом из участников фокус-групп. Каждая команда выдвигает свои аргументы по заданной теме и опровергает точку зрения соперников.

Универсальность технологии “за” и “против”, выступающая основой игры, позволяет ее использовать при рассмотрении самых разных тем.

Применение игровой активности из-за специфических условий для реализации, связанных с групповой деятельностью, в социологических исследованиях ограничено, но может эффективно реализовываться в фокус-группах, основываясь на теории драматургии И. Гофмана и принципах психодрамы Дж. Морено.

Стимулировать высказывать мнение респондентов можно через графические формы. *Рисунки* занимают особое место среди других проективных методик в качественных исследованиях. Они направлены на выявление сложно объективированных глубинных процессов, оценку которым невозможно получить при использовании традиционных средств изучения. Благодаря рисункам выявляются специфические ассоциации изучаемых явлений, выраженные через формы, цвета, различные символы. Обязательное условие, чтобы провести последующую интерпретацию в верном направлении, это то, что респонденты всегда должны письменно или устно интерпретировать то, что они изобразили.

Главное преимущество рисунков в том, что респонденты не могут контролировать свое самовыражение, в отличие от вербальных форм. Незаменимы при работе с детьми, так как позволяют выражать свое мнение через образы, а не слова, содействуют достижению лучшего понимания в процессе коммуникации. Могут стать основой для построения дальнейшей беседы с информантами.

Основные недостатки связаны с тем, что на выполнение и анализ тратится много времени, сам материал представляет сложности для анализа с точки зрения выявления социологических аспектов, возникают трудности с надежностью и валидностью получаемых результатов, необходимостью их дополнения при помощи других методов.

При проведении данной экспрессивной методики, участники получают чистые листы бумаги и необходимые канцелярские принадлежности, их просят изобразить непосредственно сам изучаемый объект или свое отношение, ассоциации, связанные с рассматриваемыми социальными явлениями.

При изучении города, это рассмотрение пространств на разных уровнях, особенностей территории проживания, например, значимых для детей городских мест (см. рис. 5, 6). Ребенку предлагалось нарисовать какое-либо место в городе, где ему нравится бывать, и ответить на ряд вопросов по рисунку: “Что ты нарисовал?”, “Почему

тебе там нравится?», «Как часто ты там бываешь?», «С кем?», «Что бы ты там изменил?». Методика дополняла проведенное анкетирование детей, что позволило более подробно изучить особенности детского взгляда на городское пространство.



Рис. 5. Детская площадка. Г. Владивосток, Даша, 9 лет

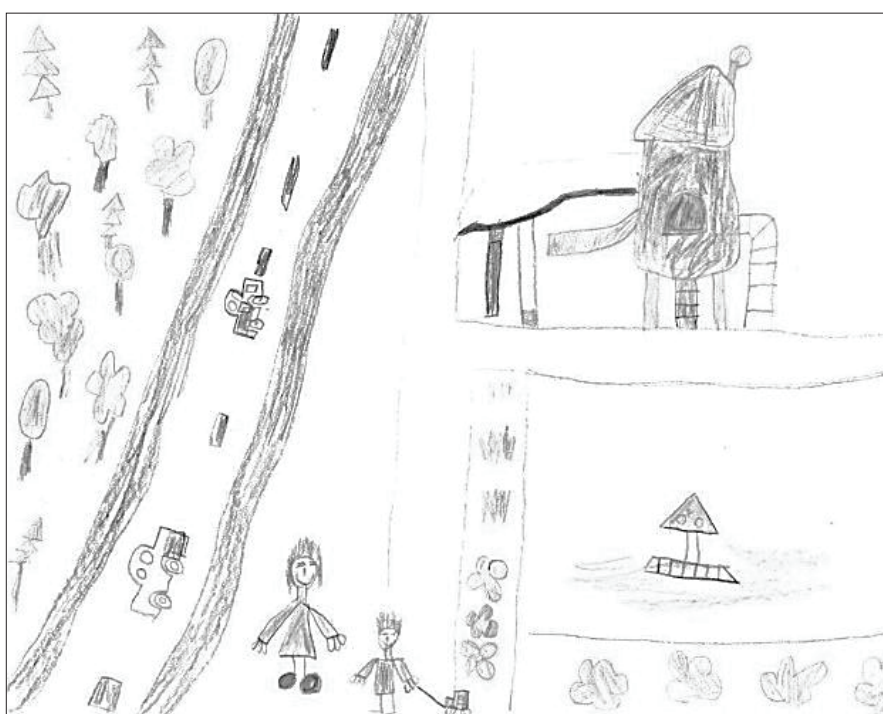


Рис. 6. Двор. Г. Комсомольск-на-Амуре. Ваня, 6 лет

Рисунки могут анализироваться с точки зрения качественного анализа, направленного на выявление субъективных смыслов и значений и количественного, предполагающего классификацию выде-

ленных элементов и их цифровые показатели. Обобщенные данные позволяют установить более надежные результаты по итогам проведения графической проективной методики. Более подробно об этом пишет С.В. Гуреев²², Т.А. Сапрыкина А.В. Пашкевич²³.

При анализе выделяются как основные показатели, так и универсальные. Последние не зависят от темы и служат дополнением к интерпретации. К ним относятся следующие формальные критерии: расположение рисунка на листе; пропорции отдельных частей рисунка, их величина; выделение некоторых деталей; выбранные цвета для раскрашивания; сила нажима карандаша; при наличии стирание или зачеркивание отдельных элементов на рисунке²⁴. Интерпретируются в сочетании между собой и основными показателями, в отличие от психологического изучения, прежде всего дополняют полученные содержательные данные.

В литературе представлен некоторый опыт анализа рисунков на разных уровнях в зависимости от выдвигаемых целевых установок. Так, например, А. Брантвейн и П. Купер²⁵ выделяют следующие параметры: характеристики, включающие настроение, воздействие, основное содержание, раскрываемое через темы и нарисованные объекты; коннотации, указывающие на скрытые смыслы и значения; окружающий контекст.

Т.В. Фолomeева предлагает такие основные критерии для анализа рисунков, как цвет, композиция, расположение элементов на листе, фон, целостность, динамичность/статичность, направленность, форма, линии, размер элементов изображения, предметность образов²⁶.

Уровни анализа в исследовании восприятия образов власти у Е.Б. Шестопал: технический, содержательный, символический²⁷.

²² Гуреев С.В. Анализ рисунков в социологических исследованиях // Социологические исследования. 2007. № 10. С. 132–139.

²³ Сапрыкина Т.А., Пашкевич А.В. О процедуре кодирования рисуночных данных в социологическом исследовании: на примере изучения представлений о престижной работе // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2015. № 41. С. 80–119.

²⁴ Венгер А.Л. Психологические рисуночные тесты: иллюстрированное руководство. М., 2003.

²⁵ Branthwaite A., Cooper P. A new role for projective techniques // Worldwide Qualitative Research Conference and Exhibition 2001. Budapest, 2001. P. 258.

²⁶ Фолomeева Т.В. Использование проективных методик для повышения эффективности фокус-групп // Социология: Методология, методы, математические модели. 2003. № 17. С. 83–108.

²⁷ Шестопал Е.Б. Смутькина Н.В., Морозикова И.В. Сравнительный анализ образов своей страны у жителей российских регионов // Сравнительная политика. 2019. Т. 10. № 3. С. 74–94. DOI 10.24411/2221-3279-2019-10031.

Приведем примеры использования в социологических исследованиях. В ходе проведения молодежных фокус-групп с целью изучения образа России “Левада-Центр” успешно применил методику проективного рисунка, что позволило выявить в общественном мнении молодежи особенности восприятия России, ее положения в мировом сообществе. Респондентам надо было нарисовать образ своей страны на листе бумаги, используя любые средства, кроме изображения географической карты, так как это была явная шаблонная ассоциация, не представляющая необходимой информации для анализа. Рисунки выполнялись за очень ограниченное время, не использовались цветные карандаши, ручки, фломастеры, это были схематические образы с последующим объяснением авторов о своей идее. В анализе 193 рисунков была апробирована следующая схема: тип рисунков; основные темы; присутствующие символы; отношение к рассматриваемому образу (положительное, нейтральное, отрицательное)²⁸.

В изучении личности используется рисуночная проективная методика “Линия жизни”, которая позволяет охарактеризовать восприятие индивидом социальной реальности и своего места в ней. Пример линий жизни студенческой молодежи представлен на рисунках 7, 8.



Рис. 7. Проективная методика “Линия жизни”, ж., 21 год

²⁸ Гуреев С.В. Анализ рисунков в социологических исследованиях // Социологические исследования. 2007. № 10. С. 132–139.



Рис. 8. Проективная методика “Линия жизни”, ж., 21 год

С помощью линий жизни выявляются жизненные траектории, ценности, социальные факторы, оказывающие влияние на становление личности в процессе социализации. Приведем пример, социологические аспекты изучения школьников и студентов из Краснотурьинска, Ревды и Первоуральска при помощи этой проективной методики, представлены в исследовании 230 рисунков Н. Веселковой, М. Вандышева и Е. Прямиковой. Авторы показывают эвристические возможности “Линии жизни” при изучении мобильности молодежи и конструировании нарратива прошлого, настоящего и будущего²⁹.

Процедура данной методики состоит из следующих этапов: рисование за ограниченное время своей жизненной траектории на листе бумаги; рассмотрение работы автора; формулирование вопросов по работе автора; последующее обсуждение.

Производится комплексный анализ полученных рисунков: семиотический анализ, феноменологический анализ, анализ нарративов.

В анализе учитывается временные отрезки пути: рождение и настоящее; только настоящее; настоящее, прошлое и будущее; расположение рисунка на листе; нажим линий; упорядоченность/хаотичность изображения, используемые цвета, с позиции отношения к ним самого автора.

²⁹ Веселкова Н., Вандышев М., Прямикова Е. “Стрела времени” и “линии жизни”. Деконструкция линейности // Социологическое обозрение. 2020. Т. 19. № 1. С. 85–105. DOI 10.17323/1728-192X-2020-1-85-105.

Нами были выделены следующие основные критерии для анализа и интерпретации:

- Положение рисунка относительно листа бумаги характеризует степень восприятия социальной реальности: смещенные влево (предпочтение изображению прошлых событий жизни); расположенные центрально (предпочтение настоящему) и смещенные вправо (большие надежды на будущее).

- Количество свободного пространства на рисунке показывает степень насыщенности жизни индивида: почти нет свободного места; преимущественно нет свободного места; изображение и свободное место представлены в равных долях; свободное место преобладает.

- Насыщенность рисунков текстом показывает образность восприятия социальной реальности: со значительным преобладанием текста; с текстом, сопровождающим изображения; с текстом, обозначающим самые яркие этапы в жизни; с незначительной долей текста; с полным отсутствием текста.

- Форма представления жизненной траектории, которая может отразить восприятие жизненного пути индивидом: горизонтальная; вертикальная; столбчатая диаграмма; круговая; зигзагообразная; другая.

- Степень понятности смысла элементов работы, что показывает меру открытости авторов для окружающих: высшая степень понятности, средняя степень, максимальная абстрактность.

- Количество людей, агентов и институтов социализации в представленных работах, что позволит судить о степени включенности индивидов в социум: “я” с другими, незначительное количество “я” и других, только “я”, отсутствие людей.

Заключение: условия эффективности

На эффективность проективных методик оказывают влияние следующие условия. Во-первых, все зависит от цели и задач исследования, предполагающих целесообразность использования проекций для их решения. Во-вторых, в выборе проективных методик, надо учитывать подбор соответствующих стимулов, отражающих все необходимые требования, но не обладающих слишком высоким уровнем абстракции, как, например, чернильные пятна. Кроме того, надежность получаемых данных, повышается при сочетании проективных методик и их точном применении. Необходимо учитывать то, что каждая методика требует определенной последовательности проведения и соблюдения предъявляемых требований, а главное,

объяснения со стороны респондента, без которого не может быть проведен анализ полученных данных. Анализ и последующая интерпретация строятся на общих принципах работы с качественными данными, позволяющими определить реальные отношения к изучаемой проблеме на рациональном и иррациональном уровнях. Сам исследователь должен обладать профессиональными навыками проведения самих методик и их анализа.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Беллак Л. О проблемах концепции проекции // Проективная психология. М., 2010. С. 6–28.

Бурлакова Н.С. О новых возможностях и перспективах развития проективного исследования // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. 2008. № 4. С. 3–19.

Бурлачук Л.Ф. Введение в проективную психологию. Киев, 1997.

Венгер А.Л. Психологические рисуночные тесты: Иллюстрированное руководство. М., 2003.

Веселкова Н., Вандышев М., Прямикова Е. “Стрела времени” и “линии жизни”. Деконструкция линейности // Социологическое обозрение. 2020. Т. 19. № 1. С. 85–105. DOI 10.17323/1728-192X-2020-1-85-105.

Гурджи И.А. Проективные методики в качественных исследованиях // Практический маркетинг. 2000. № 1. С. 25–30.

Гуреев С.В. Анализ рисунков в социологических исследованиях // Социологические исследования. 2007. № 10. С. 132–139.

Левин К. Теория поля в социальных науках. М., 2019.

Леонтьев Д.А. Тематический апперцептивный тест. М., 2000.

Марченко А.В. Применение проективных методик в маркетинговых исследованиях // Вестник РГГУ. Серия: Экономика. Управление. Право. 2017. № 1 (7). С. 86–98.

Марченко А.В. Проективные методики ZMET и Сказка и их использование в маркетинговых и социологических исследованиях // International Journal of Professional Science. 2018. № 1. С. 31–48.

Роршах Г. Психодиагностика: методика и результаты диагностического эксперимента по исследованию восприятия (истолкование случайных образов). М., 2019.

Сапрыкина Т.А., Пашкевич А.В. О процедуре кодирования рисуночных данных в социологическом исследовании: на примере изучения представлений о престижной работе // Социология: методология, методы, математическое моделирование (Социология: 4М). 2015. № 41. С. 80–119.

Сирлз Д. Тест Роршаха. Г. Роршах, его тест и сила видения. М., 2020.

Соколова Е.Т. Из истории проективного метода // Общая психодиагностика / Под ред. А.А. Бодалева, В.В. Столина. СПб., 2000.

Соколова Е.Т. Проективные методы исследования личности. М., 1980.

Фолomeева Т.В. Использование проективных методик для повышения эффективности фокус-групп // Социология: методология, методы, математические модели. 2003. № 17. С. 83–108.

Франк Л.К. Проективные методы изучения личности // Проективная психология. М., 2010. С. 6–28.

Шестопал Е.Б., Новикова-Грунд М.В. Восприятие образов двенадцати ведущих российских политиков (психологический и лингвистический анализ) // Политические исследования. 1996. № 5. С. 168–191.

Шестопал Е.Б., Смутькина Н.В., Морозикова И.В. Сравнительный анализ образов своей страны у жителей российских регионов // Сравнительная политика. 2019. Т. 10. № 3. С. 74–94. DOI 10.24411/2221-3279-2019-10031.

Шляпникова И.А. Проективные методы психодиагностики. Челябинск, 2005.

REFERENCES

Bellak L. O problemah koncepcii proekcii [On the problems of the projection concept] // Proektivnaya psihologiya. M., 2010. S. 6–28 (in Russian).

Branthwaite A., Cooper P. A new role for projective techniques // Worldwide Qualitative Research Conference and Exhibition 2001. Budapest, 2001. P. 237–261.

Burlachuk L. F. Vvedenie v proektivnuyu psihologiyu [Introduction to projective psychology]. Kiev, 1997 (in Russian).

Burlakova N.S. O novyh vozmozhnostyah i perspektivah razvitiya proektivnogo issledovaniya [About new opportunities and prospects for the development of projective research] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14: Psihologiya. 2008. N 4. S. 3–19 (in Russian).

Cattell R. Personality and motivation: structure and measurement. N.Y., 1957.

Debus M. Handbook for excellence in focus group research. Washington, 1986.

Folomeeva T.V. Ispol'zovanie proektivnyh metodik dlya povysheniya effektivnosti fokus-grupp [Using projective techniques to increase the effectiveness of focus groups] // Sociologiya: Metodologiya, metody, matematicheskie modeli. 2003. N 17. S. 83–108 (in Russian).

Frank L.K. Proektivnye metody izucheniya lichnosti [Projective methods of personality study] // Proektivnaya psihologiya. M., 2010. S. 6–28 (in Russian).

Gurdzhi I.A. Proektivnye metodiki v kachestvennyh issledovaniyah [Projective techniques in qualitative research] // Prakticheskij marketing. 2000. N 1. S. 25–30 (in Russian).

Gureev S.V. Analiz risunkov v sociologicheskikh issledovaniyah [Analysis of drawings in sociological research] // Sociologicheskie issledovaniya. 2007. N 10. S. 132–139 (in Russian).

Leont'ev D.A. Tematicheskij apperceptivnyj test [Thematic apperceptive test]. M., 2000 (in Russian)

Levin K. Teoriya polya v social'nyh naukah [Field theory in social Sciences]. M., 2019 (in Russian).

Marchenko A.V. Primenenie proektivnyh metodik v marketingovyh issledovaniyah [Application of projective techniques in marketing research] // Vestnik RGGU. Seriya: Ekonomika. Upravlenie. Pravo. 2017. N 1 (7). S. 86–98 (in Russian).

Marchenko A.V. Proektivnye metodiki ZMET i Skazka i ih ispol'zovanie v marketingovyh i sociologicheskikh issledovaniyah [Projective techniques of ZMET and Fairy Tale and their use in marketing and sociological research] // International Journal of Professional Science. 2018. N 1. S. 31–48 (in Russian).

Murstein B.I., Pryer R.S. The concept of projection // *Psychological Bulletin*. 1959. Vol. 56. P. 353–374.

Rorshah G. Psihodiagnostika: Metodika i rezul'taty diagnosticheskogo eksperimenta po issledovaniyu vospriyatiya (istolkovanie sluchajnyh obrazov) [Psychodiagnostics: Methodology and results of a diagnostic experiment on the study of perception (interpretation of random images)]. M., 2019 (in Russian).

Saprykina T.A., Pashkevich A.V. O procedure kodirovaniya risunochnyh dannyh v sociologicheskom issledovanii: na primere izucheniya predstavlenij o prestizhnoj rabote [On the procedure of coding drawing data in sociological research: by the example of studying ideas about prestigious work] // *Sociologiya: metodologiya, metody, matematicheskoe modelirovanie (Sociologiya: 4M)*. 2015. N 41. S. 80–119 (in Russian).

Shestopal E.B., Novikova-Grund M.V. Vospriyatie obrazov dvenadcati vedushchih rossijskih politikov (psihologicheskij i lingvisticheskij analiz) [Perception of images of twelve leading Russian politicians (psychological and linguistic analysis)] // *Politicheskie issledovaniya*. 1996. N 5. S. 168–191 (in Russian).

Shestopal E.B., Smul'kina N.V., Morozikova I.V. Sravnitel'nyj analiz obrazov svoej strany u zhitelej rossijskih regionov [Comparative analysis of images of their country among residents of Russian regions] // *Sravnitel'naya politika*. 2019. T. 10. N 3. S. 74–94. DOI 10.24411/2221-3279-2019-10031 (in Russian).

Shlyapnikova I.A. Proektivnye metody psihodiagnostiki [Comparative Politics]. Chelyabinsk, 2005 (in Russian).

Sirlz D. Test Rorshaha. G. Rorshah, ego test i sila videniya [Rorschach Test. G. Rorschach, his test and the power of vision]. M., 2020 (in Russian).

Sokolova E.T. Iz istorii proektivnogo metoda [From the history of the projective method] // *Obshchaya psihodiagnostika / Pod red. A.A. Bodaleva, V.V. Stolina*. SPb., 2000 (in Russian).

Sokolova E.T. Proektivnye metody issledovaniya lichnosti [Projective methods of personality research]. M., 1980 (in Russian).

Venger A.L. Psihologicheskie risunochnye testy: illyustrirovannoe rukovodstvo [Psychological drawing tests: an illustrated guide]. M., 2003 (in Russian).

Veselkova N., Vandyshev M., Pryamikova E. "Strela vremeni" i "linii zhizni" Dekonstrukciya linejnosti ["Arrow of time" and "lifelines" Deconstruction of linearity] // *Sociologicheskoe obozrenie*. 2020. T. 19. N 1. S. 85–105. DOI 10.17323/1728-192X-2020-1-85-105 (in Russian).

Will V., Eadie D., Macaskill S. Projective and enabling techniques explored // *Marketing Intelligence and Planning*. 1996. Vol. 14. N 6. P. 38–43.

Zaltman G., Coulter R.H. Seeing the voice of the customer: metaphor-based advertising research // *Journal of Advertising Research*. 1995. Vol. 35. N 4. P. 35–51.