

**Абрамова Мария Алексеевна**  
Институт философии и права СО РАН,  
г.Новосибирск, Российская Федерация  
[Marika24@yandex.ru](mailto:Marika24@yandex.ru)

### Исследования счастья как проекции благополучия

**Аннотация.** Объект исследования – проективный метод исследования в социологии и социальной психологии. Предмет – возможности применения проектного метода в изучении счастья. Новизна исследования состоит в попытке демонстрации эвристических возможностей проективных методов в изучении социокультурно обусловленных феноменов на примере категории «счастье».

**Ключевые слова:** благополучие; счастье; методы исследования; проективные методы в социологии и социальной психологии

**Abramova Mariya Alekseevna**  
Institute of philosophy and law SB RAS,  
Novosibirsk, Russian Federation  
[Marika24@yandex.ru](mailto:Marika24@yandex.ru)

### Research on happiness as a projection of well-being

**Abstract.** The object of research is a projective method of research in sociology and social psychology. The subject is the possibility of using the project method in the study of happiness. The novelty of the research consists in an attempt to demonstrate the heuristic possibilities of projective methods in the study of socio-cultural phenomena on the example of the category "happiness".

**Keywords:** well-being; happiness; research methods; projective methods in sociology and social psychology

#### Проблема и актуальность

Изучение феномена благополучия многоаспектно и в публичном дискурсе часто заменяемо на понятие «счастье». Респондентам задаются простые вопросы о том, насколько они себя ощущают счастливыми, что им приносит чувство счастья и пр. Особую актуальность исследования благополучия приобрели с момента создания рейтингов стран мира по степени удовлетворенности граждан жизнью, таких как «Всемирный доклад о счастье» (World Happiness Report), «Международный индекс счастья» (The Happy Planet Index), «Индекс лучшей жизни» (The OECD Better Life Index), «Индекс процветания Института Legatum» (The Legatum Prosperity Index). Основная идея ранжирования заключается в сопоставлении стран и отдельных регионов по условиям, созданным государством для благополучной жизни граждан. Среди ключевых критериев оценки благополучия преобладают социально-экономические и политические параметры (уровень ВВП на душу населения,

ожидаемая продолжительность жизни, наличие гражданских свобод, чувство безопасности и уверенности в завтрашнем дне, стабильность семей, гарантии занятости, уровень коррупции), а также косвенные показатели состояния общества (уровень доверия, великодушие и щедрость). Именно по данным критериям исследователи пытаются выявить уровень субъективного ощущения благополучия у населения страны.

В тоже время концепт «благополучия», также как и «счастье» имеют безусловно ярко выраженную социокультурную специфику и для каждого наполнено богатым конкретным содержанием. Мы акцентируем внимание на данном моменте, поскольку, учитывая все многообразие трактовок и подходов к пониманию концепта «счастье», важно отметить, что кроме проблем с его содержательной интерпретацией существуют проблемы инструментальные, затрудняющие исследование. Их легче всего представить на основе модели коммуникации М. де Флэра [DeFleur, Ball-Rokeach, 1989; DeFleur, Kearney, Plax, 1997], согласно которой участники коммуникации не всегда осознают, что посланное и полученное сообщение могут не совпадать. В связи с этим коммуникативные проблемы исследования феномена «счастья», как факта или явления, познание которого доступно лишь через чувственное восприятие индивида могут быть представлены с различных сторон: адекватность кодирования для вербальной передачи исследователю информации, адекватность декодирования полученной информации исследователем, проблемы обобщения для получения типологии и построения возможных сценариев «улучшения» благополучия людей и проч.

Сопоставление данных, полученных во время опросов россиян ВЦИОМ (2011 г.) [Много ли нужно для счастья, 2014] и «ФОМнибус» (24 июня 2011 г.) [Что такое счастье, 2018], показало, что вербальным методикам присуща разница в дифференциации ответов. Так по данным ВЦИОМ наиболее многочисленными ответами россиян о факторах счастья стали высказывания попавшие в кластер «Благополучие в семье» – 33 %. Доля ответивших «Есть здоровье, здоровы близкие – составила лишь 9 %. По данным «ФОМнибус» этого же года – 27 % из ответивших видели обязательным условием счастья «здоровье свое и своих близких», а «благополучие в семье, благополучие детей» – лишь 18 %. В чем причина расхождений? Конечно, мы можем предположить, что это связано с тем, что в выборку попали разные люди, возможно разница в соотношении возрастных групп. Но более детальный анализ спектра ответов респондентов, которые были отнесены «ФОМнибус» к кластеру «здоровья» («Это прежде всего здоровье. Себя и своих близких»; «были бы здоровы близкие люди и сама я»; «здоровье – самое главное»; «то, что здоров»; «когда в семье все здоровы, нет больных») показывает, что наряду с отношением к ценности «здоровье» в них можно проследить и важность для отвечавших благополучия в семье.

Использование в исследованиях счастья рисуночных (проективных) методов не упрощает процесс, но позволяет получить информацию, которая содержит в себе первичную информацию, не подвергнутую многоэтапной процедуре рефлексии. Мы полагаем, что это даст возможность выявить связь между гендерными, аксиологическими, социокультурными и психологическими особенностями восприятия респондентами концепта «счастье».

### **Дизайн исследования и методы**

Исследование визуальных репрезентаций счастья проведено нами в Республике Саха (Якутия) с 2009 по 2012 гг. Выбор региона обусловлен геополитической, этнокультурной и демографической спецификой, позволяющей изучать установки населения, сформировавшегося в мультикультурной и билингвальной среде.

В рамках исследования были собраны 1 317 репрезентаций концепта «счастье», выполненных респондентами в возрасте от 15 до 58 лет, 87 % из которых в возрасте от 18 до 30 лет. В анализе использованы 3 кейса. Типологии рисунков разрабатывались на всем массиве. По этническому признаку кейс включил 1 303 респондента: 74 % саха, 16 % русские, 3 % КМНС<sup>642</sup> и 8 % остальные. По гендерному признаку кейс включил 1 188 человек, среди которых 40 % мужчин и 60 % женщин. Мы опирались на социокультурный подход в трактовке П. Сорокина [2000], позволяющий учитывать специфику личности, культуры и социума.

В качестве метода исследования была выбрана проективная методика «Изображение на тему», когда респондентам предлагалось изобразить первые ассоциации, возникающие при восприятии термина «счастье». Данная методика позволила выявить скрытые от осознания слои информации, относящиеся как к универсальным культурным архетипам, выступающим в качестве спонтанно действующих устойчивых структур обработки, хранения и репрезентации коллективного опыта, так и к обусловленным гендерной, аксиологической и психологической особенностям личности [Подробнее в статьях: Абрамова, 2014; Абрамова, 2020].

Наиболее информативным оказался феноменологический подход, основывающийся на понимании лингвокультурного концепта как условной ментальной единицы, являющейся проекцией элементов культуры, опредмечивающихся вербально и изобразительно. В структуру лингвокультурного концепта включены: понятийный элемент, аксиологическая и образная составляющие. Данный подход обусловил процедуру исследования, включившую в себя фиксацию элементов изображения и дифференциацию их в различные ассоциативные ряды.

---

<sup>642</sup> Коренные малочисленные народы Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации.

### Результаты интерпретации

Мы выделили четыре основных компонента художественной работы, отражающей представления респондента: когнитивный, эмоционально-ценностный, проективный и семиотический. Каждый компонент имеет характеристики, свойственные как категории «общее», так и категории «особенное». Выявлено, что «общее» в рисунках можно обнаружить на уровне образно-тематического строя изображения, повторяющегося воспроизведения мотивов или сюжетов целиком, а «особенное» – не только на ассоциативном уровне, но и на уровне структурирования образа. Разнообразие содержательных элементов в рисунках достигло 67 единиц, при этом некоторые элементы рисунка были объединены в микрогруппы (например, изображение жестов: «круто», «победа» и пр.).

Самой многочисленной группой в нашем эксперименте оказались ассоциации со словом «счастье», акцентирующие внимание на его эмоциональном восприятии: «Радость», «Улыбка», «Улыбающееся Солнце», «Улыбающийся человек» и пр. (51 %). Также одним из многочисленных рисунков является изображение семьи.

Среди менее распространенных ассоциативных рядов можно выделить «счастье» как «покой», «душевный комфорт», «отдых», «праздник» (например, изображение воздушных шаров). Особо выделяется группа контекстуальных изображений, представляющих счастье как пейзаж: солнце, море, горы, зеленая трава, покой, красота, гармония.

Необходимо отметить, что работа с элементами рисунка при всем их многообразии не дает общего видения социокультурных архетипов. Используя метод типологизации, мы дифференцировали изображения по двум основаниям: идея рисунка и ценности, представленные в нем. В результате были выделены следующие типы рисунков: изображение эмоций, ощущений; реалистические (изображение домов, семей, себя на фоне природы и пр.); символические; Солнце, свет как благо; вечность, космос (пейзажи, природа); развитие, цветение; удача, проявление высших сил; призрачность счастья (см. Табл. 1).

**Таблица 1. Распределение рисунков по концептуальному содержанию, %**

Тип рисунка по концептуальному содержанию	Всего	Муж.	Жен.
Изображение эмоций, ощущений	55	58	55
Реалистические изображения	12	14	11
Символические изображения	7	10	5
Изображение Солнца, света как блага	8	6	10
Изображение вечности, космоса, пейзажа, природы	4	3	4
Развитие, цветение	8	6	9
Удача, проявление высших сил	4	3	4
Призрачность счастья	2	0	2
Всего	100	100	100
Всего респондентов, чел.	1188	473	715

Использование метода типологии позволило не только конкретизировать интерпретацию рисунков по воплощенной в рисунке идее и ценностям, но и отметить ошибочность некоторых стереотипов. Так, излишняя эмоциональность, традиционно приписываемая восприятию женщин, не нашла подтверждения. По доле изображений счастья, отражающих эмоциональную доминанту, мужчины едва ли отличаются от женщин по критерию эмоциональности (58 % и 55 % соответственно), что дает основания поставить под сомнение не только сложившееся представление о гендерных различиях в эмоциональности, но и в большей рациональности и конкретности мужского мышления, поскольку доля реалистических изображений, представляющих счастье, у мужчин оказалась больше лишь на 3 п.п. (14 % и 11 %).

Во второй типологии за основу были взяты сюжеты, которые можно было однозначно интерпретировать как изображение определенных ценностей (см. Табл. 2).

**Таблица 2. Распределение рисунков по изображенным ценностям, %**

Тип рисунка по изображенным ценностям	Всего	Муж.	Жен.
Духовные	6	4	8
Материальные	16	29	4
Духовные и материальные	14	14	15
Семья как ценность	23	17	29
Любовь как ценность	35	32	37
Здоровье	1	1	0
Еда	3	2	4
Отдых	2	1	3
Всего	100	100	100
Всего респондентов, чел.	290	136	154

Попытка типологизации рисунков по зафиксированным в них ценностям значительно уменьшила рассматриваемую совокупность до 290. Причинами сокращения стали возможность неоднозначной интерпретации или чрезмерная обобщенность в рисунке (51 % рисунков – «улыбка», «смайлик», «улыбающееся солнце» и пр.). Поэтому мы можем лишь констатировать, что и в сюжетных изображениях, нарисованных мужчинами, доминируют материальные ценности (29 %, у женщин – 4 %), что свидетельствует о некоторой сконцентрированности респондентов на атрибутах счастливой жизни: машине, деньгах, доме как строении и пр.

Вроде бы незначительные, в пределах погрешности, отличия в доле женщин, видящих счастье в развитии (см. Табл. 1: 9 % женщин и 6 % мужчин), получают более серьезную интерпретацию через качественный анализ изображений, где ассоциации «развития» связаны с ценностями семьи (29 % у женщин и 17 % у мужчин). Возможно, именно эта составляющая отличает восприятие любви как счастья у мужчин и у женщин (32 % и 37 % соответственно). Если для первых большее значение имеет

эмоциональный фон, то для вторых она представляет определенный этап личностного развития.

Единичное изображение «здоровья» как ценности сначала привело нас к выводу о возрастных отличиях выборок опросов россиян ВЦИОМ [Много ли нужно для счастья, 2014] и «ФОМнибус» (24 июня 2011 г.) [Что такое счастье, 2018]. Но более детальный анализ позволил сделать вывод, что кроме возрастного критерия влияние оказывает интерпретация ответов. Поскольку наиболее многочисленное изображение счастья в виде радости, улыбки, счастливого человека, счастливой семьи включают одно из обязательных условий – здоровье свое и близких. В результате мы можем сделать вывод о том, что здоровье является скорее одним из обязательных условий состояния счастья для большей половины опрошенных нами, нежели самостоятельной ценностью. Таким образом, более емкие по содержанию и многозначные репрезентации ответов по проективным методикам представляют информацию в обобщенном виде, а вербализация отношения респондентов к феномену «счастья» дает с одной стороны более конкретную информацию, но с другой – не всегда позволяет без дополнительных вопросов однозначно интерпретировать полученный ответ.

Мы предположили, что восприятие благополучия, счастья во время опросов может напрямую зависеть от степени адекватности восприятия своих возможностей и положительного эмоционального фона прожитых лет. Отчасти на данное предположение нас навела идея Д. Канемана о влиянии на формирование состояния счастья совокупности приятных переживаний, строящаяся на дихотомии «опыт – память» [Канеман, 2011]. Исследователь утверждает, что основная оценка собственного счастья производится так называемым «помнящим Я», принимающим во внимание лишь яркие моменты жизни индивида, оставившие наиболее сильное впечатление. Даже если «Я испытывающее» находится в состоянии постоянного комфорта, это не будет иметь значения для позитивного восприятия индивидом своего прошлого. По мнению исследователя, положительные чувства о прошлом вызывают удовлетворенность, чувство выполненного долга, гордость, спокойствие. В то же время ощущение счастья в будущем подарит уверенность в себе, надежду и оптимизм.

Исходя из вышесказанного, мы полагаем, что значительное влияние на переживание счастья и формирование представлений о нем оказывают детский опыт и специфика социокультурной среды, в которой социализируется индивид. Выше мы уже отмечали, что особенности вербальных опросов не всегда позволяют без дополнительной информации обнаружить наличие связей между явлениями. Так, в опросах ФОМ в один кластер «Семья, дети, внуки» объединены следующие ответы: «полноценная семья», «семья чтобы была», «хорошие дети, хороший муж», «дети мои и внуки, супруга», «родители, семья», «мои дети, внуки, правнуки» и пр. Дополнительно есть также кластер «Благополучие в семье, благополучие детей». В качестве результата есть возможность выявить лишь частотные распределения. В рамках нашего исследования мы соединили вербальные методы с проективными,

дифференцировав в зависимости от композиции изображения: «семья как ценность» (большая часть представлена среди реалистических рисунков), «дети как символическое изображение будущего, продолжение рода» (развитие) и «дружные отношения в семье» (эмоциональные), – что позволило получить дополнительную информацию для сопоставления вербальной оценки уровня удовлетворенностью респондентами жизнью, их оптимизма в отношении будущего с характеристикой отношений с родителями. Первые два критерия нами объединены в интегральный показатель адаптированности, который имеет три уровня: хорошо адаптирован, средне и плохо. В Таблице 3 мы показываем его крайние значения (хорошо, плохо).

**Таблица 3. Распределение типов рисунков по уровню адаптированности и эмоциональному фону отношений с родителями, %**

Тип рисунка	Адаптированность					
	Хорошо			Плохо		
	Все	Отношения с родителями		Все	Отношения с родителями	
		Хорошие	Есть напряжение		Хорошие	Есть напряжение
Эмоции, ощущения	42	44	34	22	20	31
Реалистические	36	37	33	24	25	21
Символическое	35	40	13	30	29	31
Солнце, свет как благо	43	49	26	20	17	30
Изображение вечности, космоса, пейзажа, природы	44	41	57	15	12	29
Развитие, цветение	47	52	37	23	17	33
Удача, высшие силы	37	38	**	26	24	**
Доли групп в совокупности	100	82	18	100	71	29

\*\* – Совокупности небольшие.

Итак, чем менее человек удовлетворен жизнью (что проявляется в ощущаемом дискомфорте, пессимизме относительно будущего), тем меньше счастье представлено в виде эмоционально позитивно окрашенных рисунков (42 % и 23 %). Хотя если следовать концепции Д. Канемана, в рамках которой чувствовать себя счастливым относительно прожитой жизни и быть счастливым в данный момент – разные понятия, рисунок «концепции счастья» не должен быть связан с собственными ощущениями благополучия респондента на момент исследования. В результате полученных нами данных можно сделать вывод о существовании зависимости между образом счастья и жизненной ситуацией, в которой находится индивид.

Самая большая доля рисунков, выполненная плохо адаптированными респондентами, представляет счастье в виде символов (30 %). Как показывает анализ, респонденты, выбравшие такой стиль изображений, требуют отдельного

рассмотрения, поскольку среди хорошо адаптированных этот тип рисунка один из самых малочисленных. Из этого мы можем сделать вывод, что специфика восприятия мира, обуславливающая особенности выбора семантики изображений, возможно, приводит рисунок к усложнению, что может свидетельствовать о затруднениях, испытываемых респондентами в коммуникации с окружающими.

Данные исследования показали, что респонденты не только хорошо адаптированы к жизни, но и имеющие благоприятные эмоциональные отношения с родителями, чаще чем другие ассоциировали счастье в изображения с развитием (52 %), Солнцем, светом (49 %), но в то же время их нельзя охарактеризовать как группу людей, полагающуюся на удачу или веру в высшие силы (38 %). По последнему критерию они не выделяются из общей группы хорошо адаптированных.

Мы уточнили ответы респондентов о причинах радости, задав открытый вопрос «Что Вас радует в жизни?», и сопоставили ответы с их рисунками счастья. Самым многочисленным ответом стали положительные эмоции, связанные с семьей (23 %). На втором месте – близкие, друзья, любимые (17 %). И на третьем месте – «Любовь, счастье, позитивные эмоции (улыбка ребенка), все хорошее» – 10 %. Наши данные еще раз подтвердили результаты исследования Р. Уолдингера [Счастье: исследование длиной в жизнь], выявившего, что среди факторов, делающих человека счастливым, наиболее важны отношения с близкими, наличие друзей и семьи. Сопоставление полученных нами ответов с визуальными репрезентациями респондентов стало очередным подтверждением информативности использования проективных методов исследования.

Изучение визуальных ассоциаций на тему «счастье» дает основания сделать вывод о влиянии социокультурных, индивидуально-типологических особенностей и ценностных ориентаций респондентов на восприятие и репрезентацию ими счастья.

Полученные результаты позволили выявить связь между вербализованными и изображенными ассоциациями, а дополнение рисунков материалами по анкетированию и психологическому диагностированию расширило возможности интерпретации материала на основе применения феноменологического, социокультурного, лингвокультурного и лингвокогнитивного подходов. Как отмечает В. И. Карасик, концепт вербализуется и становится частью семантического пространства языка, получая для своего выражения систему языковых знаков [Карасик, 2002]. В то же время концепт, получивший вербализацию, по мере погружения в культурное пространство приобретает как когнитивный элемент дополнительные вторичные признаки – образ и оценку.

Результаты нашего исследования позволили сделать заключение, что формирование ощущения счастья, скорее всего, предшествует его вербализации как концепта. Поэтому образ счастья, который может описать или изобразить респондент, является лишь посредником в коммуникации. Но для понимания факторов, обусловивших его формирование, важен анализ социокультурных условий, в которых

социализировался индивид, а также индивидуально-типологических особенностей, предопределивших специфику восприятия им себя и своего места в мире.

Таким образом, можно утверждать, что интерпретация визуальных изображений позволила выявить гендерные, социокультурные, психологические и этнические особенности формирования концепта «счастье», а также дифференцировать социокультурные характеристики архетипа с обусловленными индивидуально-психологическими особенностями и ценностно-смысловыми ориентациями личности.

Использование проективных методов исследования позволяет обойти ограниченность вербальной системы, выявляя смыслы, переживаемые респондентами на уровне пред- и подсознания (особенно это становится актуальным в условиях полиэтничного сообщества). Данная методика ориентирована на изучение скрытых от осознания слоев информации, относящейся как к универсальным культурным архетипам, выступающим в качестве спонтанно действующих устойчивых структур обработки, хранения и репрезентации коллективного опыта, так и к зависящим от гендерных, этнических, аксиологических и психологических особенностей личности.

### **Библиографический список**

*Абрамова М. А.* Общее и особенное в графических репрезентациях «картины мира» молодежи Арктики // *Культура Арктики: коллективная монография* / под ред. У. А. Винокуровой. Якутск: Издательский дом СВФУ. 2014. С. 200–210. ISBN: 978–5-7513–1930–4.

*Абрамова М. А.* Визуальная репрезентация образа "счастье" как способ исследования социокультурного архетипа // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2020. № 1 (155). С. 51–77. DOI: 10.14515/monitoring.2020.1.04.

Канеман Д. *Думай медленно... Решай быстро*. М.: АСТ, 2011. 338 с. ISBN 978-5-17-080053-7.

*Карасик В. И.* Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с. ISBN: 5–88234–552–2.

Много ли нужно для счастья? [Электронный ресурс] // ВЦИОМ: [веб-сайт]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=654> (дата обращения: 15.02.2020).

*Сорокин П. А.* Социальная и культурная динамика. Исследования изменений в больших системах искусства, истины, этики, права и общественных отношений. СПб.: 2000. 1056 с.

Счастье: исследование длиною в жизнь [Электронный ресурс] // Monokler: [веб-сайт]. URL: <https://monocler.ru/schaste-issledovanie-dlinoyu-v-zhizn> (дата обращения: 15.02.2020).

Что такое счастье? [Электронный ресурс] // Фонд «Общественное мнение» [веб-сайт]. URL: <https://fom.ru/TSennosti/14129> (дата обращения: 15.02.2020).

DeFleur., Melvin L., Ball-Rokeach., Sandra J. *Theories of Mass Communication*, 5th edition, 1989. 368 p. ISBN: 0–8013–0007-X.

DeFleur., Melvin L. *Fundamentals of Human Communication* / Melvin L. DeFleur, Patricia Kearney, Timothy G. Plax. 2nd edition. Mountain View: Mayfield Publishing Company, 1998. 466 p. ISBN: 1–55934–670–1.