

МЕТОДЫ И МЕТОДОЛОГИЯ

DOI: 10.14515/monitoring.2020.1.04

Правильная ссылка на статью:

Абрамова М. А. Визуальная репрезентация образа «Счастье» как способ исследования социокультурного архетипа // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2020. № 1. С. 51—77. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.1.04>.

For citation:

Abramova M. A. (2020) Visual Representation of the Image “Happiness” as a Way to Study the Socio-Cultural Archetype. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*. No. 1. P. 51—77. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.1.04>.



М. А. Абрамова

ВИЗУАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА «СЧАСТЬЕ» КАК СПОСОБ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО АРХЕТИПА

ВИЗУАЛЬНАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОБРАЗА «СЧАСТЬЕ» КАК СПОСОБ ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО АРХЕТИПА

VISUAL REPRESENTATION OF THE IMAGE “HAPPINESS” AS A WAY TO STUDY THE SOCIO-CULTURAL ARCHETYPE

АБРАМОВА Мария Алексеевна — доктор педагогических наук, профессор, ведущий научный сотрудник, заведующий отделом социальных и правовых исследований, Института философии и права СО РАН, Новосибирск, Россия
E-MAIL: marika24@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-6923-3564>

Mariya A. ABRAMOVA¹ — Dr. Sci. (Pedag.), Professor, Leading Researcher, Head of Department of Social and Legal Research
E-MAIL: marika24@yandex.ru
<https://orcid.org/0000-0001-6923-3564>

¹ Institute of Philosophy and Law of SB RAS, Novosibirsk, Russia

Аннотация. Концепт «счастье» трактуется индивидуально каждым человеком, но в то же время является культурно обусловленным и имеет признаки социокультурного архетипа. Новизна исследования состоит в по-

Abstract. The happiness concept is interpreted individually, but at the same time it is a culturally-based phenomenon featuring a particular sociocultural archetype. The author employs phenomenological, linguocultural and sociocul-

пытке сопоставить вербализированные результаты опросов респондентов на тему «счастье» с его визуальными репрезентациями на основе феноменологического, социокультурного, лингвокультурного и лингвокогнитивного подходов. Использование принципа дополнительности показало, что полученная на основе типологизации изображений информация и вербализация концепта «счастье» не противоречат друг другу. Вербализуемый, как и изображаемый концепт, становясь частью семантического пространства индивида, отражает его гендерные, этнические, социально-психологические особенности.

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. Интерпретация визуальных изображений позволила дифференцировать социокультурные характеристики феномена «счастье», обусловленные индивидуально-психологическими особенностями и ценностно-смысловыми ориентациями личности.

tural approaches and attempts to compare the verbalized results of surveys on happiness and respondent's visual representations. Using the complementarity principle the paper shows that the information based on image classification does not contradict with the happiness concept verbalization. Both the verbalized concept and the visualized one become part of individual's semantic field and reflect individual's gender, ethnic, social and psychological characteristics. Projective techniques used in the study allow bypassing the limitations of verbal system and detect meanings experienced by respondents pre-consciously and instinctively (in a poly-ethnic society this is especially important). The tool helps reveal the hidden layers of the unconscious mind related to universal cultural archetypes. These archetypes act spontaneously as stable structures dealing with information processing, storage, and representation of collective experiences, and depend on gender, ethnic, axiological and psychological characteristics of an individual. Visual image interpretations help differentiate between those sociocultural features of the happiness driven by individual's psychological characteristics and that resulting from individual's value-semantic orientations.

Ключевые слова: счастье, типы личности, типы рисунка, ценностные ориентации, социокультурный стереотип, гендерные особенности, социально-психологические особенности, этнические особенности

Keywords: happiness, personality types, types of drawing, value orientations, sociocultural stereotype, gender characteristics, socio-psychological characteristics, ethnic characteristics

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (проект № 18-011-00223 «Влияние лингвокультурной специфики среды на формирование установок молодежи в межэтнических отношениях»).

Acknowledgments. The study is financed by RFBR (project no. 18-011-00223 “Influence of linguistic and cultural specificity of the environment on the formation of attitudes of young people in interethnic relations”).

Проблема и актуальность

Несмотря на интенсивное использование понятия «счастье» в публичном дискурсе и активные попытки конструирования его образа для продвижения идей и товаров, этот феномен остается трудно описываемым и сложным в изучении. Особую актуальность исследования счастья приобрели с момента создания рейтингов стран мира по степени удовлетворенности 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. Критерии World Happiness Report уже начали использовать в программах регионального развития в России¹.

В то же время восприятие людьми счастья не всегда коррелирует с условиями их жизни и интересами: оно сугубо индивидуально и отличается от его статистически выверенного осмысления. Несмотря на субъективность восприятия, термин «счастье» остается притягательным как для людей, желающих ощутить себя счастливыми, так и для тех, кто хочет «сделать счастливыми» других. В связи с этим мы полагаем, что сопоставление качественной и количественной оценки инди-

¹ Стратегия социально-экономического развития Республики Саха (Якутия) до 2030 года с определением основных направлений до 2050 года // Официальный сайт Окружной администрации г. Якутска. URL: [https://якутск.рф/city/proekty/03.%20%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B0%20%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%B8-2030%20\(16.11.2016\).pdf](https://якутск.рф/city/proekty/03.%20%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B0%20%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%B8-2030%20(16.11.2016).pdf) (дата обращения: 15.02.2020).

видуальных репрезентаций понятия «счастье» через вербальное и графическое представление могло бы значительно обогатить исследования данного феномена.

Теоретическая база исследования

Понимание счастья меняется исторически, социально и даже этнически. В XVIII в. Ш. Фурье подсчитал, что в Риме существовало 278 противоречивых мнений относительно того, что такое истинное счастье [Фурье, 1939: 330]. Две главные традиции понимания счастья были сформированы еще в Античности: эвдемонизм (счастье как высшее благо) и гедонизм (счастье как удовольствие). Мысль об умении сочетать социальное и моральное развивал Демокрит, полагая, что счастье — это умение распоряжаться и наслаждаться жизненными благами [Диоген Лаэртский, 1986]. Традиции народов Севера, связанные с воспитанием гармоничной личности, содержат много общего с идеями эвдемонизма, постулируя, что достижение состояния счастья возможно только при соблюдении в жизни принципа гуманизма и нравственности [Абрамова, Неустроев, 2003]. Сторонниками данного принципа были Аристотель, Платон, Фома Аквинский, Л. Фейербах и др.

В. Татаркевич, типологизировавший в фундаментальном труде «О счастье» основные значения этого понятия, выделял четыре его типа: (1) благосклонность судьбы, удача; (2) состояние интенсивной радости; (3) обладание наивысшими благами, положительный баланс жизни; (4) чувство удовлетворения жизнью. Результатом анализа стало разграничение в концепте «счастье» того, что зависит от самого индивида и определяется степенью его духовного развития, совершенства, добродетельности, от того, что ему неподконтрольно, предзадано внешними условиями [Татаркевич, 1981: 31—41].

Во второй половине XX века под влиянием идей гуманистического направления в психологии [Маслоу, 1999: 77—105; Роджерс, 1994; Франкл, 2000; и др.] счастье начали рассматривать как психически обусловленный феномен, связанный с условиями жизнедеятельности человека и возможностями его самореализации. В конце XX в. возникло новое направление — позитивная психология [Селигман, 2010; Чиксентмихайи, 2011], предметом исследования которой стал концепт «счастье», а также факторы, обуславливающие его восприятие индивидом [Аргайл, 2003; Diener, Helliwell, Kahneman, 2010; Diener, Tay, Oishi, 2013; Kahneman et al., 2006].

В отечественной традиции понятие «счастье» в основном рассматривается как подарок свыше за соблюдение человеком нравственных заповедей [Арутюнова, 1998; Потеня, 2000]. В. Даль усиливает данную трактовку, определяя обсуждаемое понятие через маркеры «рок, судьба, участь, доля» [Даль, 2001: 371—372]. Тем не менее утверждение активной позиции индивида в строительстве своей судьбы также присуще российским философам. Так, Л. Н. Толстой писал о понятии «высшее счастье», которое дается человеку посредством труда, самоутверждения и любви. Таким образом, представление о счастье у писателя пересекается с процессом социализации индивида и его задачей совершить свой экзистенциальный выбор между добром и злом. Интересно мнение Л. Н. Толстого о том, что современная культура не делает человека счастливее, тогда как обычное счастье не делает его добродетельнее: «Несчастье делает добродетельным, добродетель делает счастливым, счастье делает порочным» [Толстой, 1965: 60].

Отечественные психологи (И. А. Джидарьян, А. Н. Леонтьев, Д. А. Леонтьев, Б. И. Додонов, Е. П. Ильин и др.) рассматривают счастье как ценность и аффективное состояние. Так, согласно И. А. Джидарьян, в российской интерпретации счастье — это *судьба* (ориентация на жизненное начало, предназначение, верования, карьера, обряды, будущее, перспектива), *радость* (эмоционально-чувственное состояние, начиная от экспрессивных: восторг, восхищение, ликование, до умиротворенных, имеющих христианскую основу: наслаждение, спокойствие, умиротворение), *деятельность* (процесс и результат труда, профессиональное мастерство, интеллектуальный труд) [Джидарьян, 2013; Русакова, 2007ab].

Лексико-семантический анализ интерпретаций слова «счастье», выполненный Г. Н. Урбанович, демонстрирует, что идея счастья «воплощается с помощью категорий веселья, легкости, полезности, порядка, красоты, соответствия, попадания в цель, благоденствия, райской жизни» [Урбанович, 2007: 4]. Н. М. Шанский раскрывает содержание термина как «хорошая доля», тем самым акцентируя внимание на счастье как божественном благе, не отрицающем субъектную и действительную роль индивида в формировании собственной судьбы [Шанский, 1964].

Более полный анализ сопоставления лингвокультурологических концептов «счастье» и «несчастье» предлагает И. Б. Русакова, демонстрируя, что они «связаны с процессом деления на части, распределения целого между членами одной группы... Субъектом такого деления является некая высшая сила. Изначально в ее качестве мог выступать старейшина рода или общины. Силой, наделяющей человека счастливой или несчастливой долей, могло быть божество Род, в христианском учении — Бог» [Русакова, 2007а: 12]. Таким образом, человек в данной картине мира занимает неоднозначную позицию. С одной стороны, он может проявлять волю (искать свою долю, счастье) и в случае адекватного понимания, предначертанного свыше, становится счастливым, и наоборот. При этом, как отмечает И. Б. Русакова, «несчастье воспринимается как нечто тяжелое, горькое, серьезное, а счастье может пониматься как легкое, незаслуженное, либо иметь значение высшей степени блаженства, что приближает его к сфере „высокого“, а, следовательно, иллюзорного» [там же].

Мы полагаем, что полученные И. Б. Русаковой результаты на самом деле обладают свойством универсальности в отношении культур народов России. Традиционная культура провозглашала, что, поступая согласно обычаю, человек совершает нравственный поступок. Будучи членом закрытой группы и совершая какое-либо действие согласно обычаю, человек поступает правильно, и поэтому возникает ощущение покоя и счастья. Сила обычая в формировании человечности заключается в том, что человек усваивает не нравственную норму, а способ действия, который нравственен по отношению к членам закрытого сообщества. Через обычай человек идентифицирует себя со своим народом, воспринимает себя как потомка рода. Подвиги народных героев, отражая духовные ценности культуры, становятся средством воспитания подрастающего поколения, а образы, формирующие представление о добре и зле, о счастье и несчастье, отражают архетипы.

На основе анализа трудов К. Г. Юнга [Юнг, 1991] и сочинений Дионисия Ареопагита «О божественных именах» [Дионисий Ареопагит, 2002] нами было сформулировано рабочее определение термина «социокультурный архетип». Под

ним мы понимаем «бессознательную форму восприятия индивидом фундаментальных структур социокультурного пространства, явленных в его сознании как архетипические образы, изобразительные черты которых определяются культурной средой и способом метафорической репрезентации» [Абрамова, 2008: 121; Абрамова, 2014: 205]. Это первообраз психической деятельности человека, формирующийся под воздействием внешних факторов и являющийся результатом социокультурной деятельности людей.

Важной составляющей социокультурного архетипа считаются архаические образы в сознании личности, определяющие ее мировоззрение, мироощущение и миропонимание. Поскольку социокультурный архетип носит коллективный характер, то архетипические образы, обуславливающие систему ценностей личности и социальной группы, играют также важную роль в формировании психических реакций человека в процессе его социализации, идентификации и инкультурации, выступая стабилизаторами не только межличностных отношений, но и различных типов коммуникаций (межгрупповой, этнической и пр.).

Актуализация журналистами и рядом психологов темы инстинктов провоцирует ситуацию снижения внимания к проблемам духовного созревания молодежи и акцентуацию на развитии культуры потребления. Тот образ идеального «Я», который был представлен в сознании человека, сформированного в традиционной культуре, начинает конфликтовать с навязываемыми нормами поведения в обществе потребления, что отчасти было выявлено и в рамках нашего исследования. Так мы видим в рисунке студентки противопоставление образа счастья в обществе потребления в виде девушки, наблюдающей за счастьем других. При этом образы счастливых людей передают традиционные семейные ценности: любовь, семью, детей (см. рис. 1).

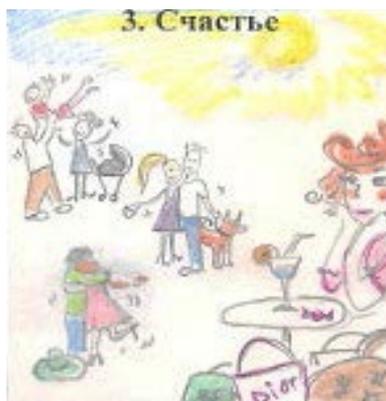


Рис. 1. «Счастье». Студентка, 18 лет

Данная тенденция обусловила актуальность изучения репрезентаций понятия «счастье» молодежью, находящейся уже в меньшей степени под влиянием традиционной культуры и в то же время активно потребляющей продукты глобализирующейся культуры. Именно для молодежи в большей степени значима

проблема соотнесения ценностей традиционной культуры с новыми. Так, одним из отражений формирования новых представлений о счастье у молодежи стало появление его репрезентации в виде неполной семьи (см. рис. 2).



Рис. 2. «Счастье». Студентка, 24 года

Важно отметить, что концепт «счастье» имеет индивидуальную трактовку, но в то же время является культурно обусловленным и обладает признаками социокультурного архетипа. Использование теории социальных представлений [Московичи, 1995] расширяет методологические возможности изучения социокультурных архетипов [Юнг, 1991], а также их образов [Дионисий Ареопагит, 2002; Петренко, 2005], в том числе такого многозначного понятия, как «счастье».

Содержание архетипов раскрывается не только через понятие (закрепленное вербальное обозначение [Фуко, 1977]) и дискурс [Карасик, 2002], но и иконически, то есть посредством изобразительной формы. Социокультурные архетипы явлены в сознании как образы, изобразительные черты которых определены культурной средой и способом метафорической репрезентации [Урбанович, 2007].

Ряд научных источников, посвященных использованию рисунка в качестве диагностического инструментария, утверждает, что существование внутренней связи между создаваемым визуальным образом и социокультурным архетипом подразумевается, но не является предметом специального изучения [Беллак, 2002; Величковский, Блинникова, Лапин, 1986; Севостьянов, 2018].

Понятие «счастье» имеет ярко выраженную социокультурную специфику и для каждого наполнено богатым конкретным содержанием, в котором с наибольшей силой выражено единичное, отражающее более широкое общее [Артемьева, 1980; Татаркевич, 1981]. 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 сообщения 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.

Использование в исследованиях счастья рисуночных методов не упрощает процесс, но позволяет получить информацию, которая, с одной стороны, обусловлена социокультурной средой, где формируется человек, а с другой — содержит в себе первичную реакцию, не подвергнутую многоэтапной процедуре рефлексии. Мы полагаем, что это даст возможность выявить связь между гендерными, аксиологическими, социокультурными и психологическими особенностями восприятия респондентами концепта «счастье».

Новизна исследования состоит в попытке сопоставить результаты тематических вербальных опросов респондентов с визуальными репрезентациями счастья на примере результатов опросов, проведенных автором в Республике Саха (Якутия), а также результатов конкретных исследований И. С. Гавриловой, И. Б. Русаковой и др.

Целью работы является изучение социокультурной, гендерной и психологической специфики репрезентаций личностью понятия «счастье», а также сопоставление возможностей в исследовании феномена «счастье» вербальных и проективных методов исследования.

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 опрошены 1317 респондента одновременно заполнявшие опросник, индивидуально-типологический опросник (ИТО) Л. Н. Собчик [Собчик, 2003], тест для изучения ценностных ориентаций Ш. Шварца [Schwartz, 1992; Schwartz, Sagiv, 1995; Карандашев, 2004] и выполнявшие зарисовку на тему «Счастье» (репрезентации). Всего были собраны 1317 анкет, 1317 тестов ИТО, 1317 тестов Шварца и 1317 рисунков (репрезентаций) концепта «счастье». Возраст респондентов от 15 до 58 лет, 87 % из которых на момент проведения исследования были в возрасте от 18 до 30 лет. Поскольку на вопрос о национальности в анкете ответ дали 1303 респондента (74 % — саха, 16 % — русские, 3 % — КМНС² и 8 % — остальные), а о поле — 1188 человек (40 % мужчин и 60 % женщин), то в вопросах, где данные маркеры являются основными мы анализ проводили на сокращенном массиве.

Использование междисциплинарной методологии с опорой на реализацию принципа дополнительности позволяет в полной мере реализовать социокультурный

² Коренные малочисленные народы Севера, Сибири и Дальнего Востока Российской Федерации.

подход в трактовке П. Сорокина, позволяющий учитывать специфику личности, культуры и социума [Сорокин, 2000]. Принцип дополнительности предполагает, что «для воспроизведения целостности исследуемого объекта» применяются «„дополнительные“ классы понятий, которые, будучи взяты раздельно, могут взаимно исключать друг друга» [Порус, 1997: 107]. Включение социологических и психологических методик исследования позволило связать интерпретацию понятийной составляющей с аксиологической и образной. Проективная методика «Изображение на тему», когда респондентам предлагалось изобразить первые ассоциации, возникающие при восприятии термина «счастье», 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.

Важно отметить, что традиционно принятые графологические расшифровки рисунков («Дом. Дерево. Человек»; «Рисунок Семьи»; «Несуществующее животное» и др.) для поставленных нами задач оказались малоинформативными, поскольку, во-первых, в большей степени отражают индивидуальные особенности личности, характеризующие респондента на момент исследования. Во-вторых, они базируются на исследовании структуры рисунка в согласии с теорией уровней моторного построения, разработанной отечественным психофизиологом и биомехаником Н. А. Бернштейном. Данный подход, исследуя порядок построения изобразительного акта, на первый план выводит низшие структуры, выполняющие только техническую, неосознаваемую работу, а высшие нервные структуры (ответственные за передачу осознанной информации, создание образа) находятся в подчиненном положении по отношению к ним [Севостьянов, 2018].

Поскольку для нашего исследования более значимо не то, почему рисунок получился таким и какие психофизиологические особенности респондента повлияли на качество рисунка, а то, что именно нарисовано и какую идею автор пытался зафиксировать, то для нас более важна была его социокультурная интерпретация. В данном контексте более информативным оказался феноменологический подход [Гуссерль, 2010], основывающийся на понимании лингвокультурного концепта как условной ментальной единицы, являющейся проекцией элементов культуры, опредмечивающихся вербально и изобразительно. Под концептом мы понимаем мыслительную единицу, содержание которой вмещает совокупность знаний по определенной теме (тема, как правило, и является именем концепта). В структуру лингвокультурного концепта вошли: понятийный элемент, аксиологическая и образная составляющие. Данный подход обусловил процедуру исследования, включившую в себя фиксацию элементов изображения и дифференциацию их в различные ассоциативные ряды.

Результаты интерпретации

Мы выделили четыре основных компонента художественной работы, отражающей представления респондента: когнитивный (понимание), эмоционально-ценностный (эмоциональное отношение, воплощенное в рисунке), проективный (перенесение в рисунок образа) и семиотический (знаковое воплощение). Каждый

компонент имеет характеристики, свойственные как категории «общее», так и категории «особенное». В связи с этим интерес представляет высказывание М. Фуко о том, что «язык располагается на полдороге между зримыми формами реального мира и тайными соответствиями эзотерических смыслов» [Фуко, 1977: 282].

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.).

Поскольку второй задачей данного исследования было сопоставление информации, получаемой при помощи вербальных и проективных методов об одном и том же феномене, то мы постарались выделить несколько работ, в рамках которых также на основе ассоциативного ряда изучалось понятие «счастье». Среди немногих, с которыми мы смогли ознакомиться, было исследование И. Б. Русаковой, проведенное как свободный ассоциативный эксперимент среди студентов и преподавателей факультета иностранных языков Московского гуманитарного педагогического института [Русакова, 2007b: 114]. В ходе эксперимента в ответ на термин «счастье» испытуемые должны были привести слова-реакции, вызванные данным стимулом. Возраст респондентов — от 18 до 61 года. Всего на стимул «счастье» И. Б. Русаковой было получено 210 реакций, 75 из которых различны.

Мы выбрали из общей совокупности самые многочисленные группы ассоциаций, представленные в обоих экспериментах, сделав поправку по возрасту в нашей совокупности опрошенных (см. табл. 1).

Таблица 1. Сопоставление визуальных и вербальных ассоциаций с понятием «счастье», %

Ассоциации	Репрезентации	
	Вербальные (исследование И. Б. Русаковой)	Изобразительные (исследование М. А. Абрамовой)
Радость, улыбка	11	51
Любовь	9	12
Семья	4	7
Друзья	3	6
Деньги	3	6

Самой многочисленной группой и в нашем эксперименте, и у И. Б. Русаковой оказались ассоциации со словом «счастье», акцентирующие внимание на его эмоциональном восприятии: «Радость», «Улыбка», «Улыбающееся Солнце», «Улыбающийся человек» и пр. (11 % и 51 % для вербальных и изобразительных репрезентаций соответственно). Можно отметить совпадение групп и рисунков, представляющих счастье как «семью» (см. рис. 3, 4), «друзей» и «деньги».



Рис. 3. «Счастье». Студентка, 19 лет



Рис. 4. «Счастье».

Муниципальная служащая, 27 лет

Среди менее распространенных ассоциативных рядов, зафиксированных И. Б. Русаковой и нами, 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.

Полученные результаты свидетельствуют, что наборы вербальных ассоциаций и изобразительных репрезентаций имеют много общего. Так же, как и в эксперименте И. Б. Русаковой, нами была отмечена определенная гендерная специфика ассоциаций (см. рис. 5). Изображения денег, любви, машины, различных символов оказались более свойственны мужчинам.

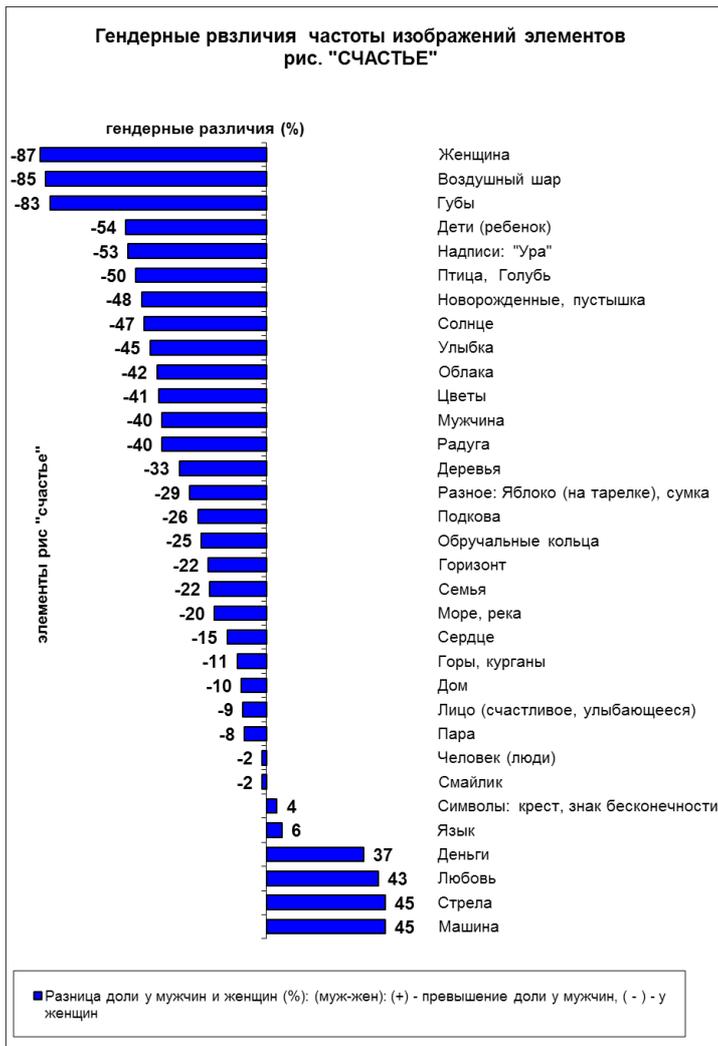


Рис. 5. Сопоставление элементов изображения ассоциаций на тему «счастье» (гендерные различия), %

Результаты нашего исследования отчасти подтверждает сделанный И. С. Гавриловой в рамках лингвокультурного анализа «счастья» вывод о том, что «положительный образ счастья в глазах женщины, сложившийся в российской картине мира — совокупность всех благ, предоставляемых ей мужской половиной человечества, а также дети как объект воплощения всех ее интенций» [Гаврилова, 2003: 22] (см. рис. 6, 7).



Рис. 6. «Счастье». Студентка, 18 лет

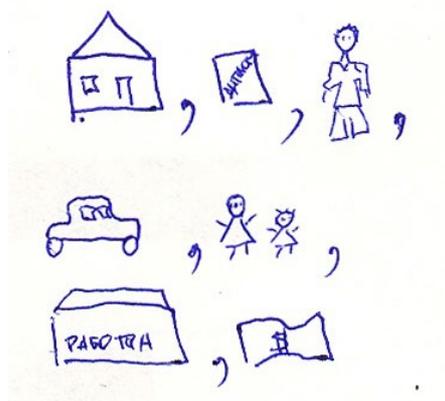


Рис. 7. «Счастье». Студентка, 17 лет

За исключением одного немаловажного факта: репрезентации «счастья» респондентками в нашем исследовании имеют ярко выраженный эмоциональный характер и большее разнообразие, которое не ограничивается совокупностью благ, получаемых при участии мужчины.

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 (см. рис. 8); призрачность счастья (см. табл. 2).

Таблица 2. *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



Рис. 8. «Счастье». Студентка, 18 лет

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. 3).

Таблица 3. *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. 2: 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.

Второй пример неоднозначной интерпретации вербальных ответов мы находим у И. Б. Русаковой, которая приходит к выводу, что «счастье», ассоциируясь с блаженством, ближе к миру «высокого» (а, следовательно, ирреального) [Русакова, 2007а: 13—15]. Результаты наших исследований показали большую склонность респондентов к эмоционально-восторженному восприятию самого понятия, чем к ассоциациям с миром трансцендентного (см. табл. 2. Рисунки в группе «Призрачность счастья»). Причем этот вывод не зависит от этнической самоидентификации респондента (см. табл. 4). Доминирующим типом рисунка для большей части молодежи остается эмоциональное восприятие счастья. Этническая специфика проявилась в доминировании эмоционального восприятия счастья у коренных малочисленных народов Севера.

Таблица 4. **Распределение типов рисунков респондентов на основании их этнической самоидентификации, %**

Тип рисунка	Саха	Русские	КМНС	Смешанные	Все
Эмоции, ощущения	55	52	76	51	55
Реалистические	12	11	6	16	12
Символическое	7	11	6	2	8
Солнце, свет как благо	9	8	6	7	8
Изображение вечности, космоса, пейзажа, природы	4	3	0	3	4
Развитие, цветение	7	11	6	11	8
Удача, высшие силы	5	3	0	7	4
Призрачность счастья	1	1	0	3	1
Всего	100	100	100	100	100
Всего респондентов, чел.	964	204	35	100	1303

Вторым признаком, который мы сопоставили с типом рисунка, стал минимальный размер желаемой заработной платы (см. табл. 5). Реалистичные изображения в большей степени представлены у группы респондентов, предположивших, что для жизни им будет достаточно до 20 тысяч рублей (отметим, что эта цифра соотносится со средними размерами заработной платы в 2010—2012 гг.).

Таблица 5. **Распределение респондентов по желаемой минимальной заработной плате и типу визуальной репрезентации счастья, %**

Тип рисунка	Минимальная заработная плата			
	До 10 тыс. руб.	11—20 тыс. руб.	21—35 тыс. руб.	36—70 тыс. руб.
Эмоции, ощущения	58	53	45	54
Реалистические	11	15	11	8
Символическое	6	9	17	0
Солнце, свет как благо	9	6	7	13
Изображение вечности, космоса, пейзажа, природы	3	4	3	4
Развитие, цветение	8	7	12	17
Удача, высшие силы	4	4	4	0
Призрачность счастья	1	2	1	4
Всего	100	100	100	100
Всего респондентов, чел.	728	308	73	24

С одной стороны весьма эмоциональными, а с другой — ориентированными на развитие оказались ответившие, что минимальная заработная плата должна составлять от 36 до 70 тыс. рублей. Наибольшая доля изобразивших счастье как эмоцию — среди тех, кто ответил, что им для проживания достаточно будет

и 10 тыс. рублей. Учитывая возраст ответивших и их статус — учащаяся молодежь, можно предположить, что в эту группу попали респонденты, частично находящиеся на попечении родителей.

Достаточно большая доля в группе адекватно оценивающих реальные размеры заработной платы на которую может рассчитывать среднестатистический россиянин в 2010—2012 гг. навела нас на мысль о критерии адекватности, который использует Д. Канеман. Он анализирует влияние на ощущение счастья совокупности приятных переживаний, строящейся на дихотомии «опыт — память», в которой значительное место отводит критерию адекватности восприятия реальности бытия [Канеман, 2011]. Д. Канеман 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 значение 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. Таким образом, значительное влияние на переживание счастья и формирование представлений о нем оказывают детский опыт и специфика социокультурной среды, в которой социализируется индивид.

В этой связи мы предположили, что сопоставление изображенных ассоциаций на тему «счастье» с детскими воспоминаниями о коммуникационном пространстве семьи могли бы дать нам новую информацию для анализа. 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. Поскольку мы в таблице 6 соединили два параметра, то для четкости демонстрации различий мы показываем их крайние значения (хорошо, плохо).

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 22 %). 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.

Таблица 6. *Распределение типов рисунков по уровню адаптированности и эмоциональному фону отношений с родителями, %*

Тип рисунка	Адаптированность					
	Хорошо			Плохо		
	Отношения с родителями					
	Хорошие	Есть напряжение	Хорошие	Есть напряжение	Хорошо	Плохо
Эмоции, ощущения	44	34	20	31	42	22
Реалистические	37	33	25	21	36	24
Символическое	40	13	29	31	35	30
Солнце, свет как благо	49	26	17	30	43	20
Изображение вечности, космоса, пейзажа, природы	41	57	12	29	44	15
Развитие, цветение	52	37	17	33	47	23
Удача, высшие силы	38	**	24	**	37	26
Доли групп в совокупности	34	7	16	7	41	23

** — совокупности небольшие.

Но больше всего нас заинтересовал факт связи между рисунком респондента и его оценкой прошлых отношений с родителями. В согласии с концепцией Д. Канемана, *чувствовать себя счастливым относительно прожитой жизни и быть счастливым в данный момент — разные понятия*. Но выполненные рисунки показали, что респонденты не только хорошо адаптированные к жизни, но и имеющие благоприятные эмоциональные отношения с родителями, чаще чем другие ассоциировали счастье с развитием (52%), Солнцем, светом (49%). И 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.



Рис. 9. «Счастье». Педагог, женщина, 26 лет



Рис. 10. «Счастье». Студентка, 21 год

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% (см. рис. 9, 10). Наши данные еще раз подтвердили результаты исследования Р. Уолдингера³, 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.

Более глубокий качественный анализ полученных рисунков можно сделать, соотнеся тип рисунка «счастья» и результаты диагностирования индивидуальных ценностей по методике Ш. Шварца с индивидуально-типологическими особенностями личности респондента, выявленными по методике Л. Н. Собчик, направленной на диагностику самосознания, самооценки, самоконтроля личности. Ведущие тенденции (свойства личности, черты характера) определяют индивидуальный тип переживания, силу и направленность мотивации, стиль межличностного общения и познавательных процессов. Из всего комплекса вопросов методики нами были выбраны те параметры, которые позволяют определить локус контроля и уровень саморефлексии респондента. В иерархии ценностных ориентаций (Ш. Шварц) мы сфокусировали внимание на ценности «гедонизм». В начале статьи мы упоминали о самой распространенной типологии понимания счастья: гедонистическое (счастье как удовольствие) и эвдемонистическое (счастье как высшее благо). В результате была разработана типология респондентов, основанная на критерии их отношения к гедонизму. Данная характеристика, являясь, с одной стороны, личностной, обуславливает выбор индивидом стратегии поведения, реализуемого в обществе. В результате была получена типология на основе признака «гедонизм — аскетизм»: *гедонисты* (высоко ценят получение наслаждения и реализуют

³ Счастье: исследование длиною в жизнь // Моноклер. URL: <https://monocler.ru/schaste-issledovanie-dlinyoy-v-zhizn> (дата обращения: 15.02.2020).

этот принцип в своем поведении), *аскеты* (отвергают гедонизм как жизненную ценность и не стремятся к нему в своих поведенческих моделях), *провокаторы* (на словах стремятся к гедонизму, но в поведении не следуют ему), *конформисты* (вербально отвергают получение наслаждения как высшую ценность, но в деятельности стремятся вести гедонистический образ жизни) [Абрамова, Гончарова, Костюк, 2014]. У гедонистов в иерархии ценностных ориентаций одноименная ценность занимает лидирующее положение, также как и у провокаторов, для которых она важна. Но если у первых локус контроля экстернальный, то у вторых — интернальный. У аскетов на фоне высокого уровня рефлексии и интернального локуса контроля, наоборот ценность «гедонизм» занимает последнее место в иерархии. Конформисты, не ставя «гедонизм» в иерархии высоко, тем не менее обладают низким уровнем саморефлексии и экстернальным локусом контроля. В таблице мы представили две типологии в сопоставлении с типом рисунка: (1) по уровню гедонизма в иерархии (ценно — значимо — не значимо) и (2) по типу личности (см. табл. 7).

Таблица 7. Сопоставление типа рисунка с ценностью гедонизма и типом личности, %

Тип рисунка	Гедонизм*				Тип личности				
	1	2	3	Всего	Гедонисты	Аскеты	Провокаторы	Конформисты	Всего
Эмоции, ощущения	36	32	32	100	48	29	12	11	100
Реалистические	40	25	35	100	54	32	9	6	100
Символическое	46	26	28	100	61	18	16	4	100
Солнце, свет как благо	32	24	44	100	29	55	4	13	100
Вечность, Космос, Пейзажи. Природа	34	22	44	100	32	44	12	12	100
Развитие, цветение	40	21	39	100	43	41	8	8	100
Удача, высшие силы	51	29	20	100	76	19	0	5	100
Призрачность счастья	**	**	58	100	**	**	**	**	100
Доли групп в совокупности	37	29	34	100	47	33	10	10	100

* — 1 — «ценно»; 2 — «значимо»; 3 — «не значимо»;

** — малочисленные группы.

В результате было выявлено, что на проявление гедонистического отношения к жизни уровень саморефлексии индивида и его ориентация на экстернальный локус контроля оказывают существенное влияние. Так по типу рисунка «Удача, высшие силы» сама большая доля тех, для кого гедонизм представляет ценность (51%). Эта же взаимосвязь подтверждается и доминированием типа рисунка «Удача, высшие силы» (76%) у выделенного нами типа «гедонист». Отметим, что символический тип рисунка также больше представлен у тех, кто ценит гедонизм (46% в иерархии и 61% — тип личности). Аскеты ассоциируют счастье скорее с Солнцем и светом, природой и космосом. На третьем месте по частоте изображения у них — ассоциации счастья с образами развития и цветения. Провокаторы

счастье представляют чаще символически (16%), а конформисты апеллируют к Солнцу (13%), вечному покою и балансу (12%), ищут эмоционального комфорта (11%) (см. рис. 11).

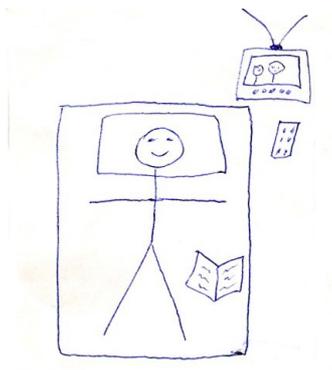


Рис. 11. «Счастье». Студент, 21 год

Результаты, полученные нами с использованием проективных методов совместно с психологическими методиками, не подтвердили предположение о преобладании в российском социуме гедонистической модели счастья, сделанное И. Б. Русаковой на основании вербальных исследований: «большинству респондентов присущ именно гедонистический принцип в восприятии счастья и несчастья, о чем свидетельствуют ассоциаты „благополучие семьи, здоровье, любовь, радость, легкость бытия, достаток“» [Русакова, 2007b: 61]. Данные исследования позволяют сделать вывод, что различия гедонистического (счастье как удовольствие) и эвдемонистического (счастье как высшее благо) типов понимания счастья могут быть обоснованы индивидуально-типологическими особенностями личности, среди которых доминирующее значение имеют: ориентация на удовлетворение своих потребностей или решение задач высокой общественной значимости, уровень саморефлексии, локус контроля.

Обсуждение и заключение

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.

Результаты исследования выявили связь между вербализованными и изображенными ассоциациями, а дополнение рисунков материалами по анкетированию и психологическому диагностированию расширило возможности интерпретации на основе применения феноменологического, социокультурного, лингвокультурного и лингвокогнитивного подходов. Использование принципа дополнительности позволило выявить, что полученная нами информация при помощи вербальных и проективных методов к пониманию субъективного восприятия концепта «счастье» не является взаимоисключающей. Как отмечает

В. И. Карасик, концепт вербализируется 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.

Анализ данных позволил 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.

Такое понимание логики формирования концепта поясняет многовариантность вербальных интерпретаций «счастья», которые на уровне обобщенного изображения приобретают более концентрированную форму, передающую главное содержание — ощущения и переживания респондента, что объясняет многочисленность изображений положительных эмоций (51 %).

Использование метода типологии позволило выявить, что гендерная специфика в восприятии и визуальных репрезентациях термина «счастье» проявляется в большем разнообразии изобразительных ассоциаций у женщин, а эмоциональность, реалистичность и ориентация на материализацию счастья в рисунках присуща мужчинам не в меньшей, а иногда в большей степени, чем женщинам.

Неожиданным оказалось то, что ассоциация счастья с тенденцией к развитию у женщин встречается чаще, чем у мужчин. Но перспективы этого развития в большей степени связаны для них с ценностью семьи (29 % и 17 %), что подчеркивает ее важность как определенного этапа личностного развития.

Этническая специфика проявилась в доминировании эмоционального восприятия счастья у коренных малочисленных народов Севера.

Результаты исследования подтвердили предположение, что большая часть индивидов в процессе репрезентации концепта «счастье» изображает рисунок, зависящий от жизненной ситуации, в которой находится индивид на момент опроса, а также от его детского опыта. Этот вывод подтверждается данными о существовании взаимосвязи между типом репрезентации и ожидаемой заработной платой, а также степенью адаптированности индивида.

Среди основных причин, делающих человека счастливым, на первом месте оказались эмоции, связанные с семьей, в частности с хорошими отношениями в семье. На втором месте — близкие, друзья, любимые. И на третьем месте — любовь.

Изучение ценностных ориентаций в сопоставлении с типами рисунков выявило, что различия гедонистического и эвдемонистического типов понимания счастья обусловлены индивидуально-типологическими особенностями личности, среди которых доминирующее значение имеют ориентация на удовлетворение своих потребностей или решение задач высокой общественной значимости, уровень саморефлексии, локус контроля. Изучение визуальных репрезентаций в совокупности с типологиями не подтвердило вывод о преобладании гедонистической модели счастья у респондентов.

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.

Список литературы (References)

Абрамова М. А., Неустроев Н. Д. Гуманистические представления в культуре народов Якутии. М.: Academia, 2003.

Abramova M. A., Neustroyev N. D. (2003) Humanistic Representations in the Culture of Folks of Yakutia. Moscow: Academia. (In Russ.)

Абрамова М. А. Мультикультурность как свойство картины мира современной молодежи Севера. Новосибирск: Нонпарель, 2008.

Abramova M. A. (2008) Multiculturalism as a Characteristic of the View of the World of Contemporary Youth of the North. Novosibirsk: Nonparel. (In Russ.)

Абрамова М. А. Общее и особенное в графических репрезентациях «картины мира» молодежью Арктики // Культура Арктики: коллективная монография / под ред. У. А. Винокуровой. Якутск : Издательский дом СВФУ, 2014. С. 200—210.

Abramova M. A. (2014) General and Special in Graphic Representations of the «View of the World» of Youth of the Arctic. In: Vinokurova U. A. (ed.) *Culture of the Arctic*. Yakutsk: M. K. Ammosov North-Eastern Federal University Publishing House. P. 200—210. (In Russ.)

Абрамова М. А., Гончарова Г. С., Костюк В. Г. Социокультурные типы молодежи: этнический и региональный аспекты. Новосибирск : Автограф, 2014.

Abramova M. A., Goncharova G. S., Kostyuk V. G. (2014) Sociocultural Types of Youth: Ethnic and Regional Aspects. Novosibirsk: Avtograf. (In Russ.)

Аргайл М. Психология счастья. СПб. : Питер, 2003.

Argyle M. (2003) Psychology of Happiness. Saint Petersburg: Piter. (In Russ.)

Артемьева Е. Ю. Психология субъективной семантики. М.: Издательство Московского государственного университета, 1980.

Artemyeva E. Yu. (1980) Psychology of Subjective Semantics. Moscow: Moscow State University Publishing House. (In Russ.)

Арутюнова Н. Д. Язык и мир человека. М.: Языки русской культуры, 1998.

Arutyunova N. D. (1998) Language and the World of Human. Moscow: Yazyki russkoy kultury. (In Russ.)

Беллак Л. О проблемах концепции проекции // Проективная психология. М.: Эксмо-Пресс, Апрель-Пресс, 2002. С. 6—29.

Bellak L. (2002) On the Problems of the Conception of Projection. In: *Projective Psychology*. Moscow: Eksmo-Press, April-Press. P. 6—29. (In Russ.)

Величковский Б. М., Блинникова И. В., Лапин Е. А. Представление реального и воображаемого пространства // Вопросы психологии. 1986. № 3. С. 103—112.
Velichkovsky B. M., Blinnikova I. V., Lapin E. A. (1986) Representation of Real and Imaginary Space. *Voprosy Psikhologii*. No. 3. P. 103—112. (In Russ.)

Гаврилова И. С. Аксиологический смысл концепта «счастье» в лингвокультуре : автореф. дис. ... канд. филос. культуры. Волгоград, 2003.
Gavrilova I. S. (2003) Axiological Meaning of the Concept «Happiness» in Linguoculture. Extended Abstract of the PhD Dissertation in Philosophy of Culture. Volgograd. (In Russ.)

Гуссерль Э. Картезианские медитации. М. : Академический проект, 2010.
Husserl E. (2010) Cartesian Meditations. Moscow: Akademicheskii proekt. (In Russ.)

Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка : в 4-х тт. М. : Астрель, 2001.
Dal V. I. (2001) Explanatory Dictionary of the Living Great Russian Language: in 4 vols. Moscow: Astrel. (In Russ.)

Джидарьян И. А. Психология счастья и оптимизма. М. : Когито-Центр, 2013.
Dzhidaryan I. A. (2013) Psychology of Happiness and Optimism. Moscow: Kogito-Center. (In Russ.)

Диоген Лаэртский. О жизни, учениях и изречениях знаменитых философов. Кн. X. М. : Мысль, 1986.
Diogenes Laërtius (1986) On Life, Teachings and Sayings of Famous Philosophers. Vol. X. Moscow: Mysl. (In Russ.)

Дионисий Ареопагит. О божественных именах // Дионисий Ареопагит. Сочинения. СПб. : Алетейя, 2002. С. 207—560.
Dionysius Areopagite. (2002) On the Divine Names. In: Dionysius Areopagite. *Works*. Saint Petersburg: Aleteya. P. 207—560. (In Russ.)

Канеман Д. Думай медленно... Решай быстро. М. : АСТ, 2011.
Kahneman D. (2011) Thinking, Fast and Slow. Moscow: AST. (In Russ.)

Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство. СПб. : Речь, 2004.
Karandashev V. N. (2004) Schwartz's Methodology for the Study of Personal Values: Conception and Methodological Guide. Saint Petersburg: Rech. (In Russ.)

Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград : Перемена, 2002.
Karasik V. I. (2002) Language Circle: Personality, Concepts, Discourse. Volgograd: Peremena. (In Russ.)

Маслоу А. Мотивация и личность. СПб. : Евразия, 1999.
Maslow A. (1999) Motivation and Personality. Saint Petersburg: Yevraziya. (In Russ.)

Московичи С. (1995) Методологические и теоретические проблемы психологии // Психологический журнал. Т. 16. № 2. С. 3—14.

Moskovichi S. (1995) Methodological and Theoretical Problems of Psychology. *Psychological Journal*. Vol. 16. No. 2. P. 3—14. (In Russ.)

Петренко В. Ф. Основы психосемантики. СПб. : Питер, 2005.

Petrenko V. F. (2005) Fundamentals of Psychosemantics. Saint Petersburg: Piter. (In Russ.)

Порус В. Н. Эпистемология: некоторые тенденции // Вопросы философии. 1997. № 2. С. 93—111.

Porus V. N. (1997) Epistemology: Some Trends. *Problems of Philosophy*. No. 2. P. 93—111. (In Russ.)

Потебня А. А. Символ и миф в народной культуре. М. : Лабиринт, 2000.

Potebnya A. A. (2000) Symbol and Myth in Popular Culture. Moscow: Labirint. (In Russ.)

Роджерс К. Р. Взгляд на психотерапию. Становление человека. М. : Прогресс, 1994.

Rogers C. R. (1994) On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy. Moscow: Progress. (In Russ.)

Русакова И. Б. Концепты «счастье» — «несчастье» в лингвокультурном содержании русских пословиц : автореф. дис. ... канд. филол. М., 2007а.

Rusakova I. B. (2007a) Concepts of «Happiness» — «Unhappiness» in the Linguistic and Cultural Content of Russian Proverbs. Extended Abstract of PhD dissertation in Philology. Moscow. (In Russ.)

Русакова И. Б. Концепты «счастье» — «несчастье» в лингвокультурном содержании русских пословиц : дис. ...канд. филол. н. М., 2007б.

Rusakova I. B. (2007b) Concepts of «Happiness» — «Unhappiness» in the Linguistic and Cultural Content of Russian Proverbs. PhD Dissertation in Philology. Moscow. (In Russ.)

Севостьянов Д. А. Человек рисующий. Отображение иерархических и инверсивных отношений в графической деятельности. М. : ИНФРА-М, 2018.

Sevostyanov D. A. (2018) Homo Drawing. Representation of Hierarchical and Inverse Relationships in Graphical Activity. Moscow: INFRA-M. (In Russ.)

Селигман М. На пути к процветанию. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2010.

Seligman M. (2010) On the Road to Prosperity. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber. (In Russ.)

Собчик Л. Н. Диагностика индивидуально-типологических свойств и межличностных отношений. Практическое руководство. СПб. : Речь, 2003.

Sobchik L. N. (2003) Diagnostics of Individual and Typological Characteristics and Interpersonal Relations. A Practical Guide. Saint Petersburg: Rech. (In Russ.)

Сорокин П. А. Социальная и культурная динамика: Исследования изменений в больших системах искусства, истины, этики, права, и общественных отношений / пер. с англ. В. В. Сапова. СПб. : РХГИ, 2000.

Sorokin P. A. (2000) Social & Cultural Dynamics: A Study of Change in Major Systems of Art, Truth, Ethics, Law and Social Relationships. Saint Petersburg: Russian Christian Humanitarian Institute. (In Russ.)

- Татаркевич В. О счастье и совершенстве человека. М.: Прогресс, 1981.
Tatarkevich V. (1981) On the Happiness and Perfection of Man. Moscow: Progress. (In Russ.)
- Толстой Л. Н. Собрание сочинений. Т. 19. Дневники 1847—1894 гг. М.: Художественная литература, 1965.
Tolstoy L. N. (1965) Collection of Works. Vol. 19. Diaries, 1847—1894. Moscow: Khudozhestvennaya Literatura. (In Russ.)
- Урбанович Г. И. Генетическая характеристика лексико-семантического поля «судьба, счастье, удача» в русском языке : автореф. дис. ... канд. фил. н. М., 2007.
Urbanovich G. I. (2007) Genetic Characteristics of Lexical and Semantic Field «Fate, Happiness, Luck» in the Russian Language. Abstract of the PhD Dissertation in Philology. Moscow. (In Russ.)
- Франкл В. Воля к смыслу. М.: Апрель-Пресс : Эксмо-Пресс, 2000.
Frankl V. (2000) The Will to Meaning. Moscow: Aprel-Press: Eksmo-Press. (In Russ.)
- Фуко М. Слова и вещи: Археология гуманитарных наук. М.: Прогресс, 1977.
Foucault M. (1977) The Order of Things: An Archaeology of the Human Sciences. Moscow: Progress. (In Russ.)
- Фурье Ш. Новый промышленный и общественный мир, или Изобретение метода привлекательной и естественной индустрии, организованной по сериям, построенным на страстях. Раздел пятый: Об общем равновесии страстей // Фурье Ш. Избранные сочинения. Т. 2. М.: Государственное социально-экономическое издательство, 1939. С. 286—362.
Fourier Ch. (1939) New Industrial and Social World, or the Invention of the Method of Attractive and Natural Industry Organized by Series Built on the Passions. Part Five: On the General Balance of Passions. In: Fourier Ch. *Collection of Works. Vol. 2.* Moscow: State Social and Economic Publishing House. P. 286—362. (In Russ.)
- Чиксентмихайи М. Поток: Психология оптимального переживания. М.: Альпина нон-фикшн, 2011.
Chiksentmikhayi M. (2011) Flow: The Psychology of Optimal Experience. Moscow: Alpina non-fiction. (In Russ.)
- Шанский Н. М. Лексикология современного русского языка. Пособия для студентов педагогических вузов. М.: Просвещение, 1964.
Shansky N. M. (1964) Lexicology of the Modern Russian Language. Manuals for Students of Pedagogical Universities. Moscow: Prosveshcheniye. (In Russ.)
- Юнг К. Г. Архетип и символ. М.: Ренессанс, 1991.
Jung K. G. (1991) Archetype and Symbol. Moscow: Rennassans. (In Russ.)
- DeFleur M.L., Ball-Rokeach S. (1989) Theories of Mass Communication. White Plains, NY: Longman.
- DeFleur M.L., Kearney P., Plax T.G. (1997) Fundamentals of Human Communication. Mountain View, CA: Mayfield Publishing.

Diener E., Tay L., Oishi S. (2013) Rising Income and the Subjective Well-Being of Nations. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 104. No. 2. P. 267—276. <https://doi.org/10.1037/a0030487>.

Diener E., Helliwell J. F., Kahneman D. (eds.) (2010) International Differences in Well-Being. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199732739.001.0001>.

Kahneman D., Krueger A. B., Schkade D., Schwarz N., Stone A. A. (2006) Would You be Happier if You Were Richer? A Focusing Illusion. *Science*. Vol. 312. No. 5782. P. 1908—1910. <https://doi.org/10.1126/science.1129688>.

Schwartz S. H., Sagiv L. (1995) Identifying Culture-Specifics in the Content and Structure of Values. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. Vol. 26. No. 1. P. 92—116. <https://doi.org/10.1177%2F0022022195261007>.

Schwartz S. H. (1992) Universal in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 25. P. 1—65. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6).