

РАЗРАБОТКА МЕТОДИКИ АНАЛИЗА ВЫСКАЗЫВАНИЙ КАК ИНСТРУМЕНТАРИЯ ДЛЯ ИЗМЕРЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ О ПРОДУКТАХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

DOI: [10.31618/ESU.2413-9335.2019.6.62.133](https://doi.org/10.31618/ESU.2413-9335.2019.6.62.133)**Костина Татьяна Анатольевна***Младший научный сотрудник**Центральный экономико-математический институт РАН, г. Москва***Ларин Сергей Николаевич***Кандидат технических наук, ведущий научный сотрудник**Центральный экономико-математический институт РАН, г. Москва***Ноакк Наталия Вадимовна***Кандидат психологических наук, ведущий научный сотрудник**Центральный экономико-математический институт РАН, г. Москва***Ларина Татьяна Сергеевна***Научный сотрудник,**АНО ДПО Институт международных стандартов учета и управления, г. Москва*

DEVELOPMENT OF A METHOD FOR ANALYZING STATEMENTS AS A TOOLKIT TO MEASURE SOCIAL USER VIEWS ABOUT THE PRODUCTS OF THE DIGITAL ECONOMY

Kostina Tatyana Anatolyevna*Junior Researcher**Central Economics and Mathematics Institute RAS, Moscow***Larin Sergey Nikolaevich***Candidate of Technical Sciences, leading researcher**Central Economics and Mathematics Institute RAS, Moscow***Noakk Natalia Vadimovna***Candidate of Psychology, Leading Researcher**Central Economics and Mathematics Institute RAS, Moscow***Larina Tatyana Sergeevna***Researcher,**ANO DPO Institute of International Standards of Accounting and Management, Moscow*

АННОТАЦИЯ.

В статье представлен подход к разработке методики анализа высказываний, отражающих *социальные представления* пользователей относительно продуктов цифровой экономики. Он основан на концепции речевого поведения личности, предполагающей изучение высказываний не по элементам, а по единицам. В этом заключается принципиальное отличие предлагаемого подхода от широко распространённых в данной области исследований социальных представлений, использующих ассоциативный метод. Данная методика анализа словесных высказываний предоставляет больше возможностей для выявления личностного смысла и глубинных структур высказывания, где важную роль играет *связность* элементов высказывания. Разработанная методика апробирована на групповой выборке респондентов – ведущих онлайн-курсы обучения. Полученные с помощью методики результаты позволили выявить в первом приближении структуру социальных представлений (ядро и периферию) по четырём выбранным экспертами терминам-определениям продуктам цифровой экономики, а также наличие в структуре существенных различий между ними. Так, социальные представления по термину *компьютерный вирус*, отличаются сильной выраженностью архетипических мотивов; высокой степенью эмоциональности (преобладанием негативной аффективной составляющей), обобщённостью.

ABSTRACT.

The article presents an approach to developing a methodology for analyzing statements that reflect the social views of users regarding the products of the digital economy. It is based on the concept of a person's speech behavior, which involves the study of statements not by elements, but by units. This is the fundamental difference between the proposed approach and the widespread in this area of research social representations using the associative method. This method of analyzing verbal utterances provides more opportunities for identifying personal meaning and deep structures of utterance, where the connectedness of the elements of utterance plays an important role. The developed methodology was tested on a group of respondents - leading online training courses. The results obtained using the methodology allowed us to identify, in a first approximation, the structure of social representations (core and periphery) for the four terms chosen by experts by the experts of the digital economy, as well as the presence in the structure of significant differences between them. Thus, social representations of the term computer virus are distinguished by a strong manifestation of archetypal motifs; a high degree of emotionality (the predominance of the negative affective component), generalization.

Ключевые слова: концепция речевого поведения, ассоциативный метод, высказывание, структура, ядро и периферия.

Key words: speech behavior concept, associative method, utterance, structure, core and periphery.

Введение

Социальные представления (СП) как предмет научного анализа имеют сложную многоуровневую структуру и по этой причине их исследование вызывает большой интерес со стороны зарубежных ученых. В последние годы и отечественные исследователи стали уделять все больше внимания изучению отдельных аспектов этого социально-психологического феномена. Тем не менее, до настоящего времени изучены далеко не все методологические и методические вопросы практической значимости СП в условиях современной жизнедеятельности различных профессиональных сообществ. Так, сегодня как никогда актуальны исследования, определяющие особенности формирования СП разных групп пользователей о продуктах цифровой экономики. В данной статье представлена разработанная авторами методика выявления и анализа СП о продуктах цифровой экономики, описаны её основополагающие принципы, этапы сбора данных и схемы их интерпретации.

Материалы и методы исследования.

Для исследования СП используются как качественные, так и количественные методы, а также смешанные стратегии. Многообразие используемых методов отражает сложность феномена социальных представлений, его многомерность. Глубокий обзор используемых методов, преимущественно, структурной французской школы, в рамках школ Экс-ан-Прованса и Женевы, сделан в работе Бовиной И.Б. [1, с. 9]. Автор подчёркивает определяющую роль ассоциативных методик в исследовании СП, описывает существующие группы используемых в них методов с точки зрения их назначения, инструкций по их применению, принципов интерпретации полученных результатов. Особенно подробно раскрыт анализ так называемого структурного подхода, который предполагает выявление ядра и периферии СП. Согласно идее П. Вержеса [7, р. 206] полученные ассоциации анализируются с опорой на два параметра: частота появления понятия в ответах респондентов и ранг появления понятия. Использование такого показателя, как частота появления того или иного понятия, является эмпирическим критерием консенсуса как принципа, лежащего в основе данного подхода [1, с. 18].

Сама идея выделения ядра и периферии чрезвычайно привлекательна. Однако в нашем исследовании мы решили пойти другим путём для выявления структуры социальных представлений. Это касается, прежде всего, этапа сбора данных. При этом мы опираемся на высказывания самого автора концепции С. Московичи. Подчёркивая необходимость создания специальной методологии для выявления и анализа СП, которая была бы адекватна теории, С. Московичи предлагал также пользоваться более широкой палитрой методов, в частно-

сти, уже разработанными, такими, как анкета и контент-анализ, поскольку они обладают большими возможностями [5, р. 15].

1. Принципы анализа

При анализе СП пользователей мы опираемся, в частности, на концепцию речевого поведения личности, разработанную в современной психологии личности, которая предлагает основываться на следующих принципах и приёмах анализа текстовых определений значения того или иного термина.

1. Изучение его не по элементам, а по единицам. В качестве такой единицы может выступать *высказывание*. Одним из приёмов анализа высказываний является выделение ключевых слов, которые понимаются как слово или словосочетание из текста, несущие основную смысловую нагрузку.

2. Эффективной методикой выявления семантической структуры слова является прямое толкование слова, которое есть не что иное, как перифраза к толкуемому слову.

3. Эвристичность. Механизм порождения высказывания действует не жёстко и однозначно. Человек может пользоваться разными стратегиями и осуществляет выбор того пути, который кажется ему целесообразным, то есть это означает, что порядок слов – какое на первом месте, а какое на последнем – не имеет принципиального значения, в отличие от методики ассоциаций, где для выявления ядра подсчитывается порядок появления слова в ряду.

4. Актуализация определённых дифференциальных признаков толкуемого слова (компонентов значения) чётко зависит от ситуации, в частности, от окружающего контекста [3, с. 117]. В нашем исследовании это отражено в подборе разных по профессии и возрасту подгрупп респондентов.

2. Используемые методы

Методы изучения речевой деятельности с помощью ассоциаций при всех их достоинствах обладают существенным недостатком: они имеют дело с отдельными словами, с «атомами», элементами речи, но не дают изучать сложные речевые построения в целом [3, с. 105]. Сами авторы таких методических подходов, как опора на ассоциации при выявлении социальных представлений, указывали на их недостатки. Так, Saadi L. и Abric J.-C. в своей статье подчёркивают, что структурные элементы СП могут иметь разную *природу*: одни просто *описывают* объект, а *другие* свидетельствуют об отношении к объекту, которое зависит от системы ценностей. Кроме того, ассоциативный метод, используемый для анализа СП, скорее, описывает элементы СП, чем выявляет их структуру [6, pp. 20.1-20.10].

Некоторые авторы подчёркивают большую трудность для исследователей работы с перифразой, чем с ассоциациями [2, с. 55], скептическое отношение к этому методу [3, с. 103]. Тем не менее,

исследователи сходятся во мнении, что эксперименты с использованием толкования-перифразы открывают новые пути изучения семантики слова [4, с. 13]; позволяют определить наиболее яркое значение в системе значений слова, выявить степень освоенности слова респондентами [2, с. 53].

Здесь задействован очень важный момент – внутреннего программирования высказывания, которое связано с глубинными уровнями речевой деятельности (с общечеловеческими способностями к речи, построению высказываний) [3, с. 46]. Реальность этапа внутреннего программирования доказывается данными патологии речи. Внутренняя программа: 1) включает корреляты основных компонентов высказывания – единиц более крупного и более общего уровня (чем отдельные слова-ассоциации) типа субъект, предикат, объект (S; P; O; C-П-О, соответственно) (кто-то делает что-то, направленное на что-то); 2) имеет структуру, связанную не с социально закреплёнными значениями слов, а с личностными смыслами; 3) внутреннее программирование – это акт предикации – соединения чего-то с чем-то. В ходе словесного толкования мы имеем дело не просто с последовательностью однородных элементов (ассоциаций), но с системой их соединения. Поэтому нам важна и представленность служебных частей речи (предлогов, союзов и др.) в высказываниях, которые как раз и отражают данную связность в методике высказываний – в отличие от метода ассоциаций.

Эта методика позволяет лучше, чем ассоциативная, выявить отношения между элементами [3, с. 47], определить, сколько смысловых единиц представлено из общего числа по группе; у кого-то не будет S или P – например, (№1 – номер респондента в протоколе данных исследования) KB – болезнь компьютера, здесь нет P и O, только S; (№15) заразит компьютер вредоносной программой – нет S, только P и O.

Итак, данная методика анализа словесных высказываний предоставляет больше возможностей для выявления:

1) личностного смысла (одного из базовых компонентов структуры социальных представлений, по С. Московичи [5]);

2) глубинных структур высказывания – в отличие от последовательности достаточно однородных элементов (ассоциаций) – где важную роль играет связность элементов высказывания C-П-О.

Эти характеристики дают нам основания для того, чтобы поставить задачу – разработать инструмент, позволяющий анализировать целое высказывание.

3. Алгоритм заполнения таблицы для анализа

На первом этапе все высказывания были проанализированы на предмет наличия категорий C-П-О и их характеристик. Под характеристикой понимается любой признак, тесно связанный именно с данной категорией – более тесно, чем со всеми остальными. В высказывании данные признаки могут быть обозначены в форме определения, обстоятельства места, времени, дополнения. Например, в

словосочетании вредоносная программа – вредоносная – характеристика субъекта (программа). Соответственно, получилось 6 столбцов. Для проведения исследования необходим промежуточный подготовительный этап. Это поможет наиболее полно учесть все возможные связи в каждом высказывании. В противном случае, если сразу перейти к выделению элементов ядра и периферии – некоторые важные структурные взаимосвязи могут быть утеряны.

Отдельно выделяем ещё одну колонку, наличие которой обосновывается эмпирически, для учета эмоциональной (Аффективной) составляющей. В нее включаем:

1) случаи употребления слов с явной эмоциональной семантикой;

2) повторение (нагнетание) слов-категорий.

Элементы, относящиеся к одной теме/категории, повторяются респондентами в целях усиления смысла, например: в высказывании А (см. ниже) это будут такие элементы: вредитель, удаляет, выводит из строя. То есть, речь идёт об одной теме/категории (вредоносное влияние), которая выражена разными словами и словосочетаниями для подчёркивания смысла.

3) употребление так называемых усилительных слов, словосочетаний (всё, весь, самый, даже).

С указанных позиций проанализируем следующие высказывания:

А) Вирус – программа – вредитель, удаляет с компьютера фотографии, документы, и выводит из строя самые нужные программы компьютера.

Б) Компьютерный вирус – это вредная программа, которая попала в твой компьютер и вредит ему, разрушает всё важное и ценное.

Повторение определяемого слова в начале высказывания (Вирус; Компьютерный вирус) пока опускаем.

А) Программа – субъект, вредитель – характеристика субъекта, удаляет, выводит из строя – предикат, с компьютера – характеристика предиката; фотографии, документы, программы – объект; компьютера – характеристика объекта. В Аффективную колонку включаем самые нужные программы (считаем как 1 элемент); а также вредитель, удаляет, выводит из строя (также считаем как 1 элемент).

Б) Программа – субъект, вредная – характеристика субъекта, попала, и вредит, разрушает – предикат, в твой компьютер – характеристика предиката; ему (компьютеру) – объект, всё важное и ценное – объект. Кроме того, включаем в Аффективную колонку всё важное и ценное; а также вредная, вредит, разрушает. При этом, некоторые элементы могут оказаться продублированными (всё важное и ценное (Б)) идёт и в Объект (действия), и в Аффективную составляющую, но на первом этапе мы оставляем их в таком виде, чтобы выявить наличие связи внутри высказывания.

На следующем этапе идёт поиск близких смысловых единиц. При этом в одну группу могут входить элементы из разных выделенных групп, образуя Семантическое поле. Это – крупная смысловая

парадигма, объединяющая слова различных частей речи, значения которых имеют один общий семантический признак. Например: слова «свет, вспышка, молния, сиять, сверкать, светлый, ярко и др.» могут быть объединены в одно семантическое поле с названием «свет».

В нашем случае, например, в одну группу могут входить: *вредитель, удаляет, выводит из строя, вредная, разрушает* (общий смысл, тема – нанесение вреда, разрушение). Общей темой (элементом) обоих (как и многих других) высказываний является слово *программа*. В одну группу будут входить также элементы: *с компьютера (А), в твой компьютер, ему (Б)* (можно обозначить эту тему как *Цифровой носитель*). Ещё одна группа объединит *фотографии, документы, программы (А) и всё важное и ценное (Б)*. Эту тему можно обозначить как *Объект (действия)*.

Таким образом, анализируются все высказывания 18-ти респондентов, но учитывая, что один респондент отказался отвечать, анализ выполняется по высказываниям 17-ти респондентов. Данные заносятся в таблицу согласно описанному выше алгоритму. Затем подсчитывается количество объединённых по указанным выше темам элементов. Если их по всей выборке внутри каждой из тем больше 50%, то это первый признак, по которому они могут быть отнесены к ядру. Вторым критерием является наличие в семантике выделенных слов или словосочетаний архетипических мотивов. Например, мотив вреда, разрушения, как и болезни-смерти – типичный пример тому. Эти слова также могут войти в ядро.

При проведении анализа будем придерживаться следующих принципов:

1. Разные формы одного слова считать как единую смысловую единицу.

2. Так же анализировать разные, относящиеся к различным частям речи, но имеющие общий смысл, однокоренные слова – вредный, вред, вредит. Общий смысл всех этих слов – вред, вредоносное влияние.

3. Фразеологические обороты рассматривать не по отдельности каждое слово, а как единый элемент.

Результаты исследования и их обсуждение.

Ниже представлены данные, полученные в групповой выборке ведущих онлайн-курсы с помощью разработанной методики по четырём выбранным экспертами наиболее часто употребляемым терминам, обозначающим продукты цифровой экономики. Акцент при описании сделан на этап выделения ядра и периферии в структуре СП пользователей. Остальные параметры анализа пока вынесены за скобки, будут представлены в полном объёме в следующих публикациях. Ответы (фрагменты ответов) разных респондентов отделены точкой с запятой. Выдержки из ответов даются курсивом. Выделенные в ходе анализа структурные элементы обозначены подчёркиванием.

Разделение смысловых единиц на Ядро и Периферию проводится согласно алгоритму, предложенному в работах [1; 7]. Напомним, что в зону

Ядра СП, как правило, исследователи относят элементы по двум базовым критериям:

- 1) частота употребления в данном сообществе;
- 2) наличие в семантике слов или словосочетаний архетипических мотивов.

Например, мотив вреда, разрушения, как и болезни-смерти – типичный пример тому. Эти слова и словосочетания могут быть отнесены к ядру.

Социальные представления понятия *компьютерный вирус* (КВ).

В зоне Ядра предложенного для определения словосочетания КВ расположены следующие темы/категории:

1) КВ - это программа (13 человек поставили это слово в начале высказывания);

2) КВ характеризуется вредоносным и даже разрушительным действием;

Всё портит; удаляет, выводит из строя; взламывает, стирает, портит; повреждает/уничтожает; вредная, вредит, разрушает; ломающая компьютер; (может) замедлить или исказить его (компьютера) правильную работу, считать данные или сломать; вызывает цепную реакцию разрушения защиты любых компьютерных систем; может сломаться; (может) повредить; программа настроена на разрушение; нарушает работу, удаляет данные; может чем-то навредить работе; мешающая полноценной работе вредоносная программа; вредная программа; компьютер может сломаться; вредитель.

3) Объект воздействия (на что направлено действие);

Всё; фото, документы, самые нужные программы; программы; данные; важное и ценное; данные; любые компьютерные системы; файлы/деньги данные; информация; все программы; всё содержимое компьютера.

4) Вирусная, «заражающая» природа программы;

Болезнь; паразит; как грипп; напоминает мозг - он подвержен болезням из-за вирусов и плохих программ; болезнь, заразит компьютер; болезнь компьютера.

5) Устройство/носитель, на котором происходит воздействие;

Компьютер/смартфон/планшет; с компьютера; в компьютер; в работе компьютера (устройства); на компьютере; в твой компьютер; на компьютер или телефон; на моём компьютере; твой компьютер.

В зоне Периферии, соответственно, расположены указания на:

1) степень контроля со стороны человека (владельца данного компьютера): без вашего желания;

2) источник: создана человеком; попала; загруженная из интернета; попадает через разные носители, интернет;

3) цель: в мошеннических или вредительских целях; с целью замедлить или исказить его (компьютера) правильную работу, считать данные или сломать; цель которой – украсть или повредить файлы/деньги пользователя; часто с планом дальнейшего шантажа;

4) характеристики: очень тонко продуманная; скоростная;

5) вид уголовного преступления: крадёт; ворует;

Один респондент определил КВ как помехи, другой – как вредоносный код.

Как видно из приведённых фрагментов, СП респондентов о данном продукте цифровой экономики отличаются высокой степенью эмоциональности и обобщённостью. Высокая степень эмоциональности определена использованием респондентами в описании терминов архетипических тем, связанных с жизнью и смертью, серьёзной болезнью, всеохватным разрушением, уничтожением. Некоторые респонденты выражают своё эмоциональное отношение через соответствующие эпитеты – вредная, плохая (программа). Обобщённость достигается употреблением таких слов, как всё (все), любые, самые важные (речь идёт о контенте, который может разрушить компьютерный вирус). Она выражается в том, что респонденты, во-первых, употребляют словесные конструкции, очень близкие по строению и значению, во-вторых, нередко лишь обозначают наносимый КВ вред, однако не раскрывают детали, не конкретизируют своё представление.

Социальные представления о понятии аккаунт.

Определения данного продукта цифровой экономики респондентами исследуемой группы достаточно однообразны, отличаются когнитивной бедностью (простотой). И зона Ядра, и зона Периферии структуры СП характеризуется малым числом элементов.

В зоне Ядра – указание на личное пространство: личный кабинет; квартира/кабинет; личный офис. Подчёркивается закрытость (защищённость от других).

В зоне Периферии имеются указания на такие элементы, как:

1) способ установления идентичности: имя; профиль; оболочка для идентичности; некое электронное удостоверение, как карточка с информацией о человеке; твоё место в социальных сетях;

2) возможность получения информации для другого человека.

Социальные представления понятия Wi-Fi.

Так же, как и при определении аккаунта, СП понятия Wi-Fi отличаются единообразием и когнитивной простотой.

В зоне Ядра представлена тема отсутствия проводов: способ передачи информации (интернет) без проводов; беспроводная сеть передачи данных; беспроводная; процесс передачи без проводов; формат беспроводной передачи данных (сигнал интернета) для беспроводного подключения. Таким образом, акцент сделан на беспроводном характере этого явления, а остальные (контекстные слова) по впечатлению – играют роль связующих (не имеют чёткой смысловой нагрузки) – способ, сеть, сигнал, формат.

В зоне Периферии представлены:

1) волновая природа продукта: волны; радиоволны;

2) технические характеристики: устройство раздачи интернета на телефон и переносной компьютер;

3) цена: бесплатный (интернет).

Социальные представления по понятию Облачный сервис для хранения данных.

Здесь наблюдается самое большое число отсутствия ответов (5 из 18). Кроме того, определения очень близки и по форме, и по содержанию. Акцент при определении сделан на место хранения данных в интернете. Создаётся ощущение недостаточности чёткого представления о строении, характеристиках, возможностях этого продукта цифровой экономики.

Для возможности объединения полученных данных по анализу высказываний с другими данными по выборке в целях статистической обработки необходимо выбрать систему количественных обозначений. Одним из вариантов (помимо других возможных) был предложен следующий. По каждому из обозначенных выше элементов Ядра каждый испытуемый получает число 1, если он присутствует в его высказывании, и 0, если отсутствует. По Периферии разделения на отдельные элементы не осуществляется: 1 обозначает присутствие (соответственно, 0 – отсутствие) *любых* элементов в Периферии по всей выборке в конкретном высказывании. Кроме того, одно из чисел по каждому респонденту будет обозначать вербальный объём высказывания (количество слов, вместе со служебными частями речи). Соответственно, каждый респондент по высказываниям, например, по *Компьютерному вирусу* получает для описания его высказывания 7 чисел – 1-ое – общий объём высказывания, 5 следующих отражают наличие/отсутствие элементов Ядра, последнее – наличие/присутствие элементов Периферии. Данный вариант, наряду с двумя другими, был апробирован в ходе количественной обработки данных исследования.

Таким образом, по всей выборке (18 человек) ведущих онлайн-курсы был собран массив эмпирических данных. Поскольку объём данной статьи ограничен, то результаты статистического анализа этого массива данных будут представлены в следующей публикации.

Выводы

1. Новизна и связанные с ней неопределённость семантики слов, обозначающих продукты цифровой экономики, а также отсутствие достаточного количества источников определения их значений в условиях стремительной цифровизации общества приводит к ситуации, когда СП о новых продуктах цифровой экономики вырабатываются респондентами внутри социальных групп и профессиональных сообществ. Разработанный авторами инструментарий позволил в первом приближении охарактеризовать особенности СП, вырабатываемых в профессиональном сообществе ведущих онлайн-курсы обучения. Перевод качественных данных в числовые показатели позволит выполнить их количественный анализ при помощи разработанного инструментария, что даст возможность определить зависимости, факторы/детерминанты СП

пользователей о выбранных экспертами продуктах цифровой экономики.

2. СП респондентов-ведущих онлайн-курсов, отражённые в их определениях четырёх предложенных терминов, варьируются. СП по термину *компьютерный вирус* отличаются высокой степенью эмоциональности (преобладанием негативной аффективной составляющей), обобщённостью, когнитивной простотой. Обобщённость достигается употреблением таких слов, как *всё (все), любые, самые важные* (речь идёт о контенте, который может разрушить компьютерный вирус). Кроме того, респонденты употребляют словесные конструкции, очень близкие по строению и значению, обозначающие наносимый КВ вред, однако не раскрывают детали, не конкретизируют своё представление, лишь называя его. Социальные представления по трём другим продуктам цифровой экономики (*аккаунт, Wi-fi, Облако*) отличаются вербальным единообразием, когнитивной простотой. Высказывания не столь развёрнуты, односложны, в результате чего создаётся ощущение неясности, неопределённости представления о структуре, функциональных характеристиках, возможностях того или иного продукта.

3. На основе результатов анализа можно утверждать, что степень близости представлений респондентов о понятиях внутри сообщества достаточно высока. Это может говорить: о малом опыте использования этих представлений (особенно это относится к трём понятиям - *аккаунт, Wi-fi, Облако*) в межличностных (внутригрупповых) коммуникациях; о наличии когнитивной и эмоциональной *дистанции* в семантическом поле представления о понятии; об отсутствии (или малом количестве) связей одного представления с другими представлениями респондента; чужеродности явления, обозначаемого понятием; о признаках наличия начального (первого) этапа динамики представлений, связанного с появлением и освоением нового

понятия. При проведении дальнейших исследований авторы планируют дополнить методику специальным функционалом, позволяющим количественно обозначать выделенные в ходе качественного анализа элементы СП, чтобы выделить их возможные связи/зависимости с другими характеристиками выборки.

Благодарности.

Статья подготовлена при частичной финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект №18-013-00669а «Исследование психологических механизмов формирования социальных представлений и доверия пользователей к продуктам цифровой экономики».

Список литературы:

1. Бовина И.Б. Стратегии исследования социальных представлений // Социологический журнал. 2011. № 3. С. 5-23.
2. Рудакова А.В. Теоретические и прикладные проблемы психолингвистической лексикографии: монография. Воронеж: издательство «Истоки», 2014. – 184 с.
3. Сахарный Л.В. Введение в психолингвистику: Курс лекций. Л.: Изд-во Ленинградского ун-та. 1989. – 184 с.
4. Стернин И.А., Рудакова А.В. Словарные дефиниции и семантический анализ. Воронеж. Истоки. 2017. – 34 с.
5. Moscovici S. (1961). La Psychanalyse: Son image et son public. Paris: Presses Universitaires de France.
6. SAADI LAHLOU, JEAN-CLAUDE ABRIC (2011). What are the “elements” of a representation? Papers on Social Representations. Volume 20, pages 20.1-20.10. Peer Reviewed Online Journal.
7. Vergès P. (1992). L’Evocation de l’argent: Une méthode pour la définition du noyau central d’une représentation // Bulletin de psychologie. Tome XLV. No. 405. Pp. 203-209.