

---

*Специальная тема выпуска:  
Опросники для изучения  
социально-психологических феноменов*

---

**Приглашенный редактор — О.А. Гулевич**

## **ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО**

Этот спецвыпуск журнала мы посвящаем опросным методикам, используемым в социально-психологических исследованиях. Письменный опрос — широко распространенный метод сбора психологических данных. Опросные методики используются как в корреляционных, так и экспериментальных исследованиях. С помощью опросников измеряют разные психологические феномены: от относительно стабильных личностных черт до быстро изменяющихся аттитюдов. Однако большинство опросных методик обладают общей особенностью — нуждаются в кросс-культурной адаптации.

С необходимостью адаптации особенно часто сталкиваются социальные психологи. Это происходит, поскольку в социально-психологических исследованиях измеряются оценки и представления, имеющие ярко выраженную культурную специфику — от моральных ориентаций до групповых стереотипов и предрассудков. Эти феномены имеют социальную природу: они формируются в общественном дискурсе, который в разных странах идет в разном направлении и затрагивает разные проблемы. Ярким примером являются гендерные и этнические предрассудки, содержание которых определяется межгрупповыми отношениями, сложившимися в той или иной стране.

На протяжении долгого времени большинство социально-психологических исследований проводилось учеными англоязычных стран (прежде всего, Великобритании и Соединенных Штатов Америки). Сегодня изучение таких феноменов идет в целом ряде европейских, азиатских и американских государств. Однако многие широко распространенные методики были созданы (и продолжают создаваться) исследователями из англоязычных стран. Использование опросников, созданных в США и Великобритании, при проведении исследований в других странах имеет разные последствия.

В одних случаях этот подход дает хорошие результаты: опросники сохраняют факторную структуру, демонстрируют удовлетворительные показатели надежности, структурной и внешней валидности. В нашем спецвыпуске описаны две

такие методики: опросник для измерения культурного интеллекта (Г.У. Солдатова, С.В. Чигарькова, Е.И. Рассказова) и этических позиций (А.А. Федоров, И.В. Бадиев). Авторы адаптации берут за основу полные варианты англоязычных методик, переводят их на русский язык и описывают получившиеся показатели. Этот подход облегчает сопоставление данных, полученных в разных странах. Однако в ряде случаев он не приводит к ожидаемым результатам: опросники меняют факторную структуру, демонстрируют более низкие показатели надежности и валидности.

Для решения этой проблемы исследователи используют два других подхода. Сторонники первого подхода создают собственные опросники, опирающиеся на социальный дискурс своей страны. В нашем спецвыпуске описано три таких методики: опросники для измерения этнонациональных установок (О.Е. Хухлаев, И.М. Кузнецов, Н.В. Ткаченко), отношения к войне (А.Н. Неврюев) и политической эффективности (И.Р. Сариева). При использовании этого подхода участники исследований отвечают на вопросы, сформулированные в привычных для них терминах и по важным для них направлениям. Однако при сопоставлении результатов, полученных с помощью таких методик, с результатами, полученными в других странах, могут возникать определенные сложности.

Сторонники другого подхода используют готовые методики, но вносят в них изменения. Чаще всего речь идет о создании короткого варианта опросника, который состоит из небольшого (по сравнению с оригиналом) количества пунктов, подходящих для представителей определенной культуры. Этот спецвыпуск представляет три такие методики: опросники для измерения ориентации на социальное доминирование (О.А. Гулевич, Е.Р. Агадуллина, О.Е. Хухлаев), амбивалентных аттитюдов по отношению к женщинам (Е.Р. Агадуллина) и мужчинам (В.С. Кривошеков, О.А. Гулевич, А.С. Любкина). Этот подход является своеобразным компромиссом между двумя другими подходами, в некоторой степени разделяя их достоинства и недостатки.

Мы надеемся, что описанные методики помогут российским ученым в проведении социально-психологических исследований и позволят получить интересные данные.

**О.А. Гулевич**