

РОЗДІЛ ТРЕТІЙ

УДК 303.688; 30

Н.Отріщенко

ЧОТИРИ ЕТАПИ В ІСТОРІЇ РОЗВИТКУ ПРОЕКТИВНИХ МЕТОДІВ

Стаття присвячена окресленню особливостей використання проєктивних методів у соціогуманітарних науках у різних історичних періодах. Простежено шлях від зародження ідеї проєкції у психоаналізі та розвитку теорії та емпірії, завдяки психологічним та маркетинговим дослідженням, до подальшої кризи і сучасного етапу, який характеризується візуальним поворотом та відновленням інтересу до досліджень у рідній інтерпретативній парадигмі. Для кожного етапу визначено ключові тенденції та визначальні ідеї.

Статья посвящена описанию особенностей использования проективных методов в социогуманитарных науках в различные исторические периоды. Прослежен путь от зарождения идеи проекции в психоанализе и развития теории и эмпирии, благодаря психологическим и маркетинговым исследованиям, к дальнейшему кризису и современному этапу, который характеризуется визуальным поворотом и возрождением интереса к исследованиям в русле интерпретативной парадигмы. Для каждого этапа определены ключевые тенденции и определяющие идеи.

The paper outlines peculiarities of the use of projective methods in socio-humanitarian sciences in different historical periods. The author has traced the way from the origin of the idea of projection in psychoanalysis and development of the theory and

empiricism owing to psychological and marketing research till the further crisis and present stage, which is characterized by visual turn and resumption of interest to the research in the sphere of interpretative paradigm. The basic tendencies and determining ideas have been defined for each stage.

Ключові слова: проекція, проєктивні методи, кількісна і якісна методології, психоаналіз, класична та атрибутивна теорія проекції.

Ключевые слова: проекция, проективные методы, количественная и качественная методологии, психоанализ, классическая и атрибутивная теория проекции.

Keywords: projection, projective methods, quantitative and qualitative methodologies, psychoanalysis, classical and attributive theories of projection.

Інтерес до проєктивних методик розвивається хвилеподібно: за сплесками відбувається спад, а згодом піднесення. Такий стан справ багато в чому є результатом домінування в науці тієї чи іншої парадигми, яка пропонує власні проблеми та відповідні шляхи їхнього вирішення. Ситуація із соціологією є особливою тому, що ця наука є мультипарадигмальною і у ній успішно співіснують кількісна та якісна методологічні стратегії із власною логікою і філософською основою. Для першої характерна орієнтація на нео-, постпозитивістську традицію, інша ж опирається на інтерпретативну, феноменологічну та етнометодологічну теорію. З одного боку, ці стратегії розглядаються як взаємовиключні, навіть ворогуючі, проте дедалі частіше лунають голоси на підтримку їхньої триангуляції [10, с. 16–20; 22, с. 153–177].

Теперішню ситуацію у Центрально-Східній Європі можна вважати своєрідним “ренесансом” проєктивних методів, адже після тривалого затишшя у 1990-х роках (очевидно, тоді дослідники фокусувалися більше на проблемах трансформації суспільства та способах її дослідження), з початку 2000-х років було опубліковано низку статей та книг, у яких проєктивні методи фігурували в різних контекстах. Подібна ситуація спостерігається і в Росії, де не так

давно проєктивні методи були у фокусі окремих дисертаційних досліджень, монографій чи статей. В Україні про проєктивні методи говорять скоріше в контексті розв'язання конкретних проблем, як-от, для етносоціологічних чи соціопросторових досліджень, тобто український соціологічний дискурс оминає розгляд проєктивних методів як самостійного інструменту. Виняток становлять статті М.Наумової та А.Ніколаєвської, у яких робляться спроби деякої систематизації.

М.Кеттерал та П.Ібботсон у своїй статті, опублікованій у 2000 р. у “Британському журналі освітніх досліджень” (*British Educational Research Journal*), наводять коротку історію використання проєктивних методів [20, с. 245–246]:

1) поява в науковому дискурсі на початку ХХ ст. відбувається в рамках психоаналітичних теорій, особливо завдяки З.Фройдю (автору терміна “проєкція”) та К.Юнгу;

2) поступова адаптація згаданих методик для різних наукових, клінічних та маркетингових потреб (від часу появи до 60-х років ХХ ст., з піком розвитку в 40–50-х роках);

3) від 60-х років ХХ ст. – занепад, який ми можемо пояснити через панування в соціогуманітарних науках парадигми структурного функціоналізму та сильних позитивістських настроїв, що спричинили сумніви у валідності і надійності проєктивних методів;

4) у 90-х роках ХХ ст. разом із зміною парадигми, культурним і візуальним поворотами відбувається зміщення акценту зі слабких сторін проєктивних методів на їхні переваги і таким чином, спостерігається відновлення дослідницького інтересу. Тобто центральноєвропейські тенденції є відлунням тих процесів, які відбуваються в Західній Європі та США, адже проєктивні методи знову стали тут предметом дослідження у 2000-х роках.

Мета цієї статті – на основі запропонованої вище схеми детальніше розглянути кожен із етапів розвитку проєктивних методів та виділити їхні характерні риси і домінуючі настрої. Виявлення особливостей історичного становлення проєктивних методів у соціогуманітарних науках дасть змогу не лише краще зрозуміти теперішню ситуацію

із використанням цих дослідницьких інструментів, а й спрогнозувати подальші тенденції.

Перший етап – психоаналітичний. Уперше термін проекція у науковому дискурсі з'явився завдяки З.Фройдю. Він використав його в статті “Невроз страху” у 1894 р., а ґрунтовне визначення окреслив у 1896 р. в роботі “Про захисні нейропсихози”. Тоді проекція розглядалась виключно як внутрішньо психологічний механізм захисту “его”, поряд із, наприклад, сублімацією та витісненням, який полягав у приписуванні власних, “небажаних” почуттів та установок зовнішньому світові чи іншим людям [1, с. 6]. Таким чином, завдяки проекції негативні прояви індивідуальної свідомості, які загрожують цілісному і несуперечливому сприйняттю себе, приписуються зовнішньому світові і таким чином забезпечується психологічний комфорт. Згодом цей підхід розвинувся у так звану класичну теорію проекції [3, с. 638]. Проте обмеженість такого бачення феномену проекції була виявлена у 1913 р. тим же З.Фройдом у його праці “Тотем і табу. Психологія первісної культури і релігії”, у якій автор стверджує, що проекція необов'язково є результатом психологічного конфлікту і виступає важливим механізмом сприйняття: “Проекція внутрішніх сприйнятих назовні є примітивним механізмом, якому, наприклад, підкорюється чуттєве сприйняття, і який, як наслідок, за нормальних обставин бере найважливішу участь в утворенні нашого зовнішнього світу” [17, с. 158]. Український психолог Л.Бурлачук погоджується з цим тлумаченням проекції у З.Фройда. Він стверджує, що проекція виступає як механізм, який детермінує сприйняття зовнішнього світу і є результатом організації минулого досвіду, що визначає теперішнє бачення світу. Саме цей підхід згодом був активно підтриманий емпіричними досмаженими і розвинувся у “атрибутивну” теорію проекції, а також став підґрунтям для теорії аперцептивного викривлення. Отож, можна стверджувати, що від самої появи терміна “проекція” навіть у його автора не було однозначного бачення цього феномену. З подальшим розвитком науки ці два

підходи (“класичний” та “атрибутивний”) розвивалися з перемінним успіхом, будучи основою для подальших розгалужень та дослідницьких пошуків. Для прикладу, Х.Сенк називає деякі із тих контекстів, у яких з’являється поняття проєкції: перцепція (сприйняття), особистість, діагностика, охоронні механізми тощо [28, с. 8]. Також на початку своєї статті вона подає підбірку з низки визначень проєкції: переведення внутрішніх суб’єктивних станів особистості у зовнішню дійсність; об’єктивація суб’єктивного; приписування іншим людям власних прагнень, мотивів, установок (екстерналізація); охоронний механізм витіснення своїх бажань у зовнішній світ, суб’єктивність у сприйнятті сигналів із зовнішнього світу [28, с. 8–9]. Усі вони (за винятком останнього) базуються на психоаналітичному підході до цього явища.

До розвитку того, що ми зараз називаємо проєктивними методами, також долучився і інший знаний психолог, К.Юнг, автор одного з найвідоміших асоціативних експериментів. Цей експеримент можна вважати однією з перших спроб емпіричного дослідження, яке пов’язане з феноменом проєкції, проте цей зв’язок не був очевидним аж до 30-х років ХХ ст.

Максимально лаконічне визначення проєкції надає А.Венгер – це “винесення назовні переживань, уявлень, прагнень тощо” [5, с. 5]. Звісно, воно є надто широким та розмитим, але ним можна передати загальний настрій першого етапу у розвитку проєктивних методів: З.Фройд запропонував термін для опису певного феномену, але як цей феномен функціонує він не пояснив, К.Юнг успішно використовував метод, але не пов’язував його з проєкцією.

Другий етап – розвиток теорії та емпірії. Наступний етап в історії становлення проєктивних методів – їхній розвиток у рамках клінічної психології та поступова адаптація для різних дослідницьких цілей. На відміну від попереднього етапу, для якого були характерні здебільшого теоретичні пошуки, обличчя цього періоду визначала емпірія. Тобто у розвитку концепції проєкції, окрім двох підходів, що виокремилися з праць З.Фрейда, можна та-

кож простежити дві генеральні лінії, які можна узагальнити як теоретичну та емпіричну. Перша дуже тісно пов'язана з психологією, адже основним її фокусом виступає сам механізм проекції. Друга ж менше цікавиться психологічними процесами, на яких базована проекція, а більше орієнтується на проективну гіпотезу і дослідження особистості за допомогою проективних методів. Ледь не від самого початку проективні методи розвиваються в клінічній психології окремо від теорії проекції і свої висновки базують на емпіричних знахідках.

Стосовно теорії проекції, то значний вклад у неї вніс Л.Ебт, який у 50-х роках ХХ ст. розвинув власну концепцію на перетині психоаналізу та гештальтпсихології. У ній він підкреслює те, що особистість є процесом, а не набором визначених рис, і перебуває у стані постійної взаємодії з фізичним і соціальним оточенням, яка визначається силою та змістом людських потреб [19, с. 38–39]. Л.Ебт наголошує на загальній вибірковості усіх перцептивних процесів і висуває гіпотезу про те, що селективність стимулів є “функцією системи еталонів” і сприймається відповідно до системи інших стимулів [19, с. 42], тобто своєрідної системи цінностей, яка і детермінує сприйняття того чи іншого феномену. Соціальний аспект його теорії полягає в тому, що, виходячи з досліджень Ж.Піаже, усі перцепти є результатом соціалізації [19, с. 44], тож індивід за правильно підібраних стимулів проектує не лише власну систему цінностей, а й низку соціально окреслених правил та норм.

Проекція як форма апперцептивного викривлення постає у теорії Л.Беллака, котрий експериментально довів, що вона є не просто захисним механізмом. Учасники його експерименту з ТАТ (Тематичним апперцептивним тестом) після отримання під гіпнозом установки на агресію чи радість з однаковим успіхом проектували як агресію, так і радість, і це привело його до висновку, що немає необхідності “захищатися” від радості, тож проекція – це дещо більше, ніж механізм витіснення [1, с. 7–8]. Відштовхнувшись від цієї гіпотези, Л.Беллак почав розглядати проек-

цію як феномен викривленого сприйняття, який визначається попереднім досвідом і системою цінностей (чим важливіший стимул, тим з більшою ймовірністю він буде сприйнятим), тож його висновки багато в чому переграються з ідеями Л.Ебта.

Ще один ключовий теоретик цього часу, Л.Франк, у своїй теорії проєкції відштовхується від динамічної концепції особистості як процесу організації досвіду і структурування життєвого простору. Таке бачення особистості передбачає, що стимульна ситуація набуває індивідуального значення відповідно до структури внутрішнього світу досліджуваного. Стимульна ситуація може бути конструктивною (надання структури аморфному матеріалу, наприклад, тест Роршаха), інтерпретативною (розкриття значень) та катартичною (розрядження емоції, виявлення афективних реакцій) [16, с. 87]. Отож, якщо слідувати концепції Л.Франка, то будь-яка реакція людини, в т.ч. її мислення, творчість, пам'ять, сприйняття, відбувається через призму її особистості, а специфіку рис конкретної особистості можна виявити за умов невизначеної ситуації, яка уможливорює велику кількість трактувань [28, с. 22–23].

Для другого періоду дуже важливими також є праці Г.Ліндзі. У своїй книзі, яка багато у чому підсумовує досвід використання проєктивних методів, він вказує, що проєктивні методи традиційно виступали інструментом клініциста, однак дедалі частіше використовуються антропологами, соціологами і соціальними психологами: “Проєктивні методи приносять реальні і відчутні емпіричні плоди тим, хто мудро їх використовує” [25, с. 1–2]. Згідно з його дослідженням, основний вплив на становлення проєктивних методів мали [25, с. 4–9]: психоаналіз (прагнення пояснити несвідоме), холізм (вивчення поведінки індивіда з урахуванням її контексту; цілісний підхід до особистості, розгляд її як синтезу, а не як конгломерату ізольованих характеристик; акцент на зв'язку між середовищем і організмом), феноменологія (розуміння середовища *таким, яким воно сприймається актором чи суб'єк-*

том (курсив. – Г.Л.) [25, с. 8]. У цьому контексті ідеї проєктивних методів переплітаються з ідеями соціального конструктивізму, які з'явилися десятиліттям пізніше завдяки праці П.Бергера та Т.Лукмана [2]. Для прикладу, автори вказують, що люди сприймають як само собою зрозумілі різні реальності [2, с. 11], що соціологія має справу не лише з емпіричним багатоманіттям знання, а й з процесами перетворення систем знання та соціально визнаною реальністю [2, с. 12]. Проєктивні методи, як і низка якісних методів, дають змогу виявити особливості сенсів, які люди вкладають у ті чи інші феномени, а також специфіку конструювання цих сенсів представниками різних соціальних прошарків.

Стосовно емпіричних досліджень, то значну роль у входженні проєктивних методів до дослідницької практики відіграв Г.Роршах, чий тест наразі є одним із найвідоміших проєктивних інструментів. Д.Кубацька-Яшецька називає його тест “королевою” проєктивних технік [24, с. 13]. Водночас навіть у першій публікації “Психодіагностика” у 1921 р. Г.Роршахом було окреслено перспективи використання проєктивних методів для вивчення особливостей культури та здійснення міжгрупових порівнянь [25, с.12]. Протоколи тесту Роршаха та ТАТ стали базою для низки міжетнічних і крос-культурних антропологічних досліджень, а валідність методик перевірялась зіставленням з “етнологічними фактами” [25, с. 13–17]. У 1936 р. послідовник Г.Роршаха Б.Клопфер заснував журнал “The Rorschach Research Exchange”, який згодом розвинувся у “Journal of Projective Technics” і нарешті став “Journal of Personality Assessment”, що видається до сьогодні [21, с. 26]. Цей факт є надзвичайно важливим для інституціоналізації проєктивних методів, адже видання окремого журналу свідчить не лише про визнання науковою спільнотою проєктивних методів, а й про систематичні дослідження і подальшу наукову дискусію на їхньому ґрунті. “Journal of Personality Assessment” нині видає Taylor & Francis Group, і при пошуку за ключовими словами “Projective methods” на їхній online платформі відоб-

ражається 9,654 статті та розділи із книги (станом на 5 лютого 2014 р.). Тобто в середньому Taylor & Francis Group щороку видавали понад 123 наукових тексти, у яких так чи інакше фігурують проєктивні методи!

Коротку історію розвитку проєктивних методів у своїй праці наводить А.Чередерецька: спершу – тест плям Роршаха (1921 р.), згодом Г.Меррей розвиває ТАТ (1935 р.), опираючись на концепцію проєкції як витіснення З.Фройда, далі Л.Франк у 1939 р. першим вжив термін “проєктивні тести” для окреслення методів, що базувалися на неструктурованому матеріалі, якому досліджувані надають власний сенс, нарешті А.Рапопорт запропонував “проєктивну гіпотезу”, на якій базується використання методу [21, с. 27–28]. Цей часовий зріз яскраво ілюструє те, що у випадку проєктивних методів теорія часто йшла слідом за практикою.

Саме в часі другого періоду проєктивні методи потрапляють до практики маркетингових та політичних досліджень, де одразу оцінили їхній потенціал. Скажімо, хрестоматійний приклад, який кочує від одного підручника з маркетингу до іншого [11, с. 118–119; 23, с. 215–216; 27, с. 141–142], стосується дослідження 1949 р., яке мало на меті виявити мотиви непокупки розчинної кави. Для цього домогосподаркам пропонували один або інший закупочний лист, на основі якого вони мали охарактеризувати жінку, яка його написала. Листи були ідентичні, за винятком того, що перший містив розчинну каву, а другий – мелену. У результаті жінка, яка робить закупки за першим листом, була охарактеризована як лінива, самотня працівниця бюро, яка не вміє планувати покупки та любить довго спати, бо купила розчинну каву. Другу жінку описали як практичну, ощадливу, таку, яка любить готувати, опікується родиною. У підсумку, результати цього дослідження вплинули на формування маркетингової стратегії. Це один із найбільш розтиражованих прикладів, тож ми можемо лише здогадуватися про кількість рішень, яка була прийнята, базуючись на використанні проєктивних методик у бізнесі.

Таким чином, якщо адаптувати ідеї другого періоду для потреб соціології, то можна стверджувати, що проекція багато у чому визначає людське сприйняття і має соціальне походження, оскільки людський досвід значною мірою конструюється під впливом суспільного контексту, тих цінностей і норм, які регулюють повсякдення і стають інтеріоризованими як власні цінності та норми. Тож реакція на невизначену ситуацію є результатом не лише індивідуальних особливостей конкретної особистості, а й відображає специфічну конфігурацію соціального у ній, адже що є важливим, а що – ні, визначає певна суспільна рамка, яка будучи зовнішньою стосовно індивіда, згодом інтернізується через його чи її досвід.

Загалом, другий період у розвитку концепції проекції та проективних методів характеризувався активними пошуками теорії, яка могла б пояснити емпіричні знахідки і пов'язати їх в одну цілісність. Також у цей час проективні методи активно використовувалися у прикладних дослідженнях: спершу як частина клінічної практики психологів та психоаналітиків, а згодом як інструмент для дослідження широкого спектру явищ вони ввійшли в арсенал антропологів, соціальних психологів, маркетологів. Також це час інституціоналізації проективних методів, їх входження до дослідницької практики і рефлексії, хоча вони й були на периферії традиційних методів і дещо скептично сприймалися частиною наукової спільноти того часу. Ці скептичні настрої і стали основними у третьому періоді.

Третій етап – криза. Третій період у розвитку проективних методів (від 60-х до 90-х років ХХ ст.) характеризувався занепадом інтересу дослідників до цих інструментів. Саме тоді особливо гучно залунали голоси критиків, які наголошували на значній суб'єктивності та відсутності критеріїв для перевірки їхньої валідності і надійності. Для прикладу, Г.Ліндзі свідомий того, що проективні методи ніколи не були “повноцінними учасниками арсеналу психологічних методів вимірювання” [25, с. 18] і стояли осторонь традиційних тестів чи шкал через брак стан-

дартизації і складність аналізу отриманих матеріалів. Він також подає низку критичних зауваг стосовно цих тестів: їхня залежність від дослідника, сумніви у адекватності їхнього теоретичного підґрунтя, надмірна генералізація або ж, навпаки, деталізація, питання валідності (особливо прогностичної) тощо [25, с. 19–23]. Тож можна припустити, що Г.Ліндзі, незважаючи на власну прихильність до проєктивних методів, передчував настання кризи у їхньому використанні.

Основними критичними заувагами до проєктивних методів були відсутність стандартних процедур аналізу та інтерпретації і як наслідок узалежнення від професіоналізму та власних теоретичних переконань дослідника, відсутність стандартних критеріїв надійності та валідності, які у цей час стали надзвичайно важливими для перевірки якості дослідницьких інструментів, неможливість здійснення генералізації (надійність, валідність та репрезентативність за влучним висловом С.Квале є “Святою трійцею” від науки [8, с. 229]) та значна ресурсна затратність.

Такий стан справ багато у чому залежав від повороту до позитивізму (який на цьому етапі уже був постпозитивізмом) та становлення парадигми структурного функціоналізму, яка стала домінуючою в соціогуманітарних науках. У квантифікаційних побудовах проєктивним методам не було місця. Подібна ситуація спостерігається і у розвитку якісних методів, адже традиції антропологічної та чиказької шкіл, які ґрунтувалися на спостереженнях та кейс-стаді, були змінені структурно-функціональною домінантою, дедуктивними інтелектуальними практиками та стандартизованими аналітичними процедурами [10, с. 12]. Тоді як позитивістська наукова установка має на меті структурне пояснення соціального світу в причинних залежностях (акцент на соціальній структурі і соціальних фактах, використання кількісних методів аналізу для емпіричного підтвердження гіпотез), інтерпретативна наука орієнтована на конструювання соціальної реальності з акцентом на соціальних значеннях та смислах [10, с. 18]. Слідуючи такій логіці, проєктивні методи, так само як і

якісні, є ближчими до логіки інтерпретативних пояснень. У зв'язку із цим декілька десятиліть вони перебували в тіні кількісної методології та підлягали доволі жорсткій критиці (основні перешкоди у використанні проєктивних методів описано в авторській публікації [14]).

Четвертий етап – нові горизонти. Теперішній етап – четвертий – розпочався у 90-х роках ХХ ст. разом зі зміною парадигми, культурним та візуальним поворотами у гуманітаристиці. Особливо важлива роль у цьому процесі належить якійсь методології, яка відвойовує дедалі міцніші позиції в соціології. З кінця століття, “можливо, дещо з випередженням” науковці почали говорити про якісний поворот у соціальних науках, а також про те, що “напруженість” між методологічними полюсами поступово зменшується і веде до взаємної компліментарності або хоча б сумісності [10, с. 12]. Саме у цьому контексті й відбувається відновлення інтересу до проєктивних методів, особливо в середовищі науковців, адже у практиці маркетингологів вони і так займали чільне місце (проєктивним методам присвячено розділи у підручниках з маркетингу [23, 27] та у методичних матеріалах для проведення ФГД, одного з ключових методів для маркетингового дослідження [12, 26]).

Поступово до практики науковців знову починають входити різні типи проєктивних методів. Скажімо, у сучасній Росії досить популярним методом виступає проєктивний малюнок, який застосовують для виявлення образів (дослідження, яке проводив “Левада-Центр” у 12 містах РФ, стосувалося образу Росії у середовищі молоді [6], а А.Стрельнікова використовувала проєктивний малюнок серед інших методів для дослідження образу Москви [15]), для вивчення етнічних стереотипів (яке здійснила Т.Іванова [7]) і загалом у низці клінічних досліджень [5]. В Україні цей метод застосовувала Н.Ходорівська для вивчення соціопросторових орієнтацій [18]. Інтерес до використання малюнкових технік можна пояснити не лише повнотою та оригінальністю отриманого матеріалу, а й загалом від-

новленню та зростанню інтересу до візуальних матеріалів у соціогуманітарних дослідженнях.

Інший проєктивний метод – метод незакінчених речень – застосовувався ще в радянській дослідницькій практиці [13], і наразі цю традицію продовжують та розширюють [4]. Водночас незакінчені речення значно простіше інкорпуються до соціологічного арсеналу, адже багато в чому схожі на відкриті запитання, проте цей проєктивний метод також може бути корисним і виконувати свої чітко окреслені функції.

Звісно, кількість досліджень, у яких так чи інакше фігурують проєктивні методи, поступається кількості тих, де застосовані традиційні методи соціології, як-от опитування чи анкетування. Проте цю ситуацію не слід сприймати як вирок. Проєктивні методи можуть дуже добре працювати для вирішення одних конкретних дослідницьких завдань і зовсім не працювати для вирішення інших. Саме тому правильний і виважений методологічний підхід з урахуванням специфіки проєктивних методів може дати змогу покращити якість дослідження, тоді як їхнє хаотичне використання без жодних теоретичних орієнтирів призводить до отримання даних, які неможливо аналізувати. Отож, теперішній етап у розвитку проєктивних методів відкриває нові горизонти. Побачити, що буде за ними, – справа часу.

Література

1. Беллак Л. О проблемах концепции проекции / Л.Беллак // Беллак Л., Эбт Л. и др. Проективная психология : пер. с англ. – М., 2010. – С. 6–28.

2. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П.Бергер, Т.Лукман. – М., 1995. – 323 с.

3. Бурлачук Л. Проблема исследования бессознательного психического проєктивными методами / Л.Бурлачук // Бессознательное: природа, функции, методы исследования / под об. ред. А.С.Прангишвили, А.Е.Шерозия, Ф.В.Бассина. – Тбилиси, 1978. – Т. 3 : Познание. Общение. Личность. – С. 638–643.

4. *Бурлов А.* Логическая организация анализа данных, полученных методом неоконченных предложений / А.Бурлов, Г.Татарова // Социологические исследования. – 1999. – № 8. – С. 123–133.
5. *Венгер А.* Психологические рисуночные тесты: иллюстрированное руководство / Венгер А. – М., 2010. – 159 с.
6. *Гуреев С.* Анализ рисунков в социологических исследованиях / С.Гуреев // Социологические исследования. – 2007. – №10. – С.132–139.
7. *Иванова Т.* Изучение этнических стереотипов с помощью проективных рисунков / Т.Иванова // Вопросы психологии. – 1998. – №2. – С.71–82.
8. *Квале С.* Исследовательское интервью / Квале С. – М., 2009. – 310 с.
9. *Климова С.* Опыт использования методики неоконченных предложений в социологическом исследовании / С.Климова // Социология: методология, методы и математическое моделирование. – 1995. – №5–6. – С.49–64.
10. *Костенко Н.* Кількісне і якісне: взаємні претензії і перспективи / Н.Костенко // Якісні дослідження в соціологічних практиках : навч. посіб. / за ред. Н.Костенко, Л.Скокової. – К., 2009. – С. 8–24.
11. *Котлер Ф.* Основы маркетинга / Котлер Ф.; пер. с англ. – М., 1991. – 657 с.
12. *Мельникова О.* Фокус-группы: Методы, методология, модерирование / Мельникова О. – М., 2007. – 320 с.
13. *Ольшанский В.* Становление метода неоконченных предложений в Советском Союзе 70-х годов / В.Ольшанский // Социология: методология, методы, математическое моделирование. – 1997. – №9. – С.82–89.
14. *Отріщенко Н.* Особливості застосування проективних методів у соціології / Н.Отріщенко // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – Х., 2013. – Вип. 19. – С. 214–222.
15. *Стрельникова А.* Социология города: пространственные практики и жизненные перспективы / Стрельникова А. – М., 2012. – 232 с.
16. *Франк Л.* Проективные методы изучения личности / Л.К.Франк // Беллак Л., Эбт Л. и др. Проективная психология : пер. с англ. – М., 2010. – С. 74–92.

17. *Фрейд З.* Тотем и табу. Психология первобытной культуры и религии / Фрейд З. – Х., 2010. – 384 с.

18. *Ходорівська Н.* Смыслотворні образи в уявленнях про поселення / Н.Ходорівська // Якісні дослідження в соціологічних практиках : навч. посіб. / за ред. Н.Костенко, Л.Скокової. – К., 2009. – С.271–295.

19. *Эбт Л.* Теория проєктивной психологии / Л.Эбт // Беллак Л., Эбт Л. и др. Проєктивная психология : пер. с англ. – М., 2010. – С.29–58.

20. *Catterall M.* Using Projective Techniques in Education Research / Miriam Catterall and Patrick Ibbotson // British Educational Research Journal. – 2000. – Vol. 26, № 2. – p. 245–256.

21. *Czerederecka A.* Test Rorschacha w psychologicznej eksperyzie sadowej / Alicja Czerederecka. – Krakow, 2006. – 480 s.

22. *Flick U.* Jakosc w badaniach jakosciowych / Uwe Flick. – Warszawa, 2007. – 248 s.

23. *Kaczmarczyk S.* Badania marketingowe: Metody i techniki / Stanislaw Kaczmarczyk. – Warszawa, 2003. – 410 s.

24. *Kubacka-Jasiecka D.* O metodzie projekcyjnej krytycznie raz jeszcze... / Dorota Kubacka-Jasiecka // Techniki projekcyjne w psychologicznej eksperyzie sadowej. Materiały z konferencji / Pod. red. A. Czeredereckiej i T. Jankiewicz-Obydziskiej. Krakow, 1996. – S.9–18.

25. *Lindzey G.* Projective techniques and cross-cultural research / Gardner Lindzey. – N.Y., 1961. – 339 s.

26. *Lisek-Michalska J.* Techniki dodatkowe w badaniach fokusowych na przykladzie badac nad korupcja / Jolanta Lisek-Michalska // Zogniskowany wywiad grupowy: Studia nad metod / Pod red. J. Lisek-Michalskiej i P. Danilowicha. – Lodz, 2007. – S.197–232.

27. *Sagan A.* Badania marketingowe. Podstawowe kierunki / Adam Sagan. – Krakow, 2004. – 238 s.

28. *Skk H.* Teoretyczne podstawy metod projekcyjnych / Helena Sek / Metody projekcyjne: Tradycja i wspolczesnosc / Pod. red. H. Sek. – Poznan, 1984. – S.7–34.