

стоятельной работы студентов показал эффективность новой методики, возможность ее использования как дополнительного средства обучения и контроля знаний.

¹ См.: Комплексное применение технических средств обучения в преподавании общественных наук. Минск, 1986.

² Я г о д и н Г. А. Перестройка высшей школы и непрерывное образование // Политическое самообразование. 1986. № 7. С. 40.

³ См.: Я н ч у к Е. И., Б а л ы к и н а Е. Н. Проблема организации автоматизированного обучения в курсе «Философия» // Тез. докл. на межзон. научно-методич. конф. «Применение автоматизированных обучающих систем в учебном процессе». Минск, 1984. С. 195.

В. А. ПОЛИКАРПОВ

ПРИНЦИП ДИАЛОГА В ЭМПИРИЧЕСКОМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Диалогический принцип построения социологической анкеты. Социологическая анкета как инструмент научного исследования может быть подвергнута критике по крайней мере по трем позициям. 1. Будучи посредником диалога между исследователем и респондентом, генерируя у респондента диалогическую речь (которая часто определяется как ответы на вопросы), она в то же время наличием вариантов ответов и заданной последовательностью вопросов сводит к минимуму возможность появления ремы высказываний, которая в живом полноценном диалоге становится основным предметом обсуждения, после того как объект разговора (тема) уже известен. 2. М. М. Бахтин определяет диалог как взаимодействие не сводимых одна к другой смысловых позиций. Диалог в чистом виде, как только вербальное общение, лишенное даже паралингвистических компонентов (а именно таким является диалог, опосредованный письменной речью), становится психологическим эквивалентом общественных отношений. Поэтому столкновение «говорящих позиций» может порождать новые смыслы, хотя общающиеся индивиды и не совершают реальные действия — основу динамики всякой денотации. (Также происходит и в художественном произведении, где сюжет может разворачиваться из взаимодействия «точек зрения», «говорящих позиций», персонафицированных героями произведений). Социологическая анкета, оставляя только одну смысловую позицию активной (вопросы формулирует исследователь), во многом генерирует вторую смысловую позицию, предлагая варианты ответов и структуру вопросов. В итоге, лишаясь активности, вторая смысловая позиция (не генерированная, а подлинная точка зрения респондента) закрывается, во многом остается невыраженной, недоступной для исследователя. 3. Всякое сознание диалогично, и только в ситуации диалога (внутреннего или внешнего) интенсифицируется его творческая активность. Состоящая из вопросов и заданий респонденту анкета нарушает правила диалога и исключает творческое обсуждение изучаемой исследователем проблемы. В то же время респондент все чаще рассматривается как источник информации об изучаемом объекте, а не как просто носитель мнения.

Можно было бы привести еще несколько аргументов, дополняющих критику социологической анкеты как инструмента получения научной информации. Так, например, известно, что во время ответа на вопрос мотив, побуждающий к высказыванию, заключен не во внутреннем замысле субъекта, а в вопросе спрашивающего. Следовательно, в этом случае говорящий может обходиться и без собственного мотива высказывания. Таким образом отсекается значительный пласт информации — отношение респондента к теме исследования.

Совершенствование анкетного метода, на наш взгляд, должно идти по пути приближения ситуации заполнения анкеты к ситуации диалога. Для этого мы предлагаем использовать так называемую «диалогиче-

скую анкету». Ее первые варианты разработаны и опробованы группой проблем самореализации личности Проблемной научно-исследовательской лаборатории социологических исследований БГУ им. В. И. Ленина. (Работа над диалогическим методом конструирования социологического инструментария ведется с 1984 года).

Прием обратного вопроса в социологической анкете. В основе диалогического построения социологического инструментария (не только анкет, но и социологических тестов и интервью) лежит так называемый прием обратного вопроса. В социологической анкете он может быть использован как самостоятельное задание или как основа ее диалогического построения.

В соответствии с приемом обратного вопроса респонденту предлагается выбрать себе любого адресата и задать ему вопрос по наиболее волнующей проблеме. В результате открывается возможность установить проблемы наиболее актуальные для респондента и субъекта, от которого он ждет их решения и на которого возлагает ответственность. Можно приблизить такой прием к задачам конкретного исследования. Респонденту предлагается задать вопрос специалисту или ряду специалистов различных профилей, имеющих отношение к изучаемой проблеме и способных квалифицированно на него ответить. По характеру вопросов респондентов может быть установлена степень их заинтересованности в решении изучаемой проблемы, оценка прилагаемых усилий по ее преодолению, степень доверия к специалисту, представляющему тот или иной социальный институт, наиболее волнующие респондента аспекты затронутой проблемы. В качестве адресата обратного вопроса может быть руководитель того или иного уровня из любой сферы жизнедеятельности общества или субъект, персонифицирующий то или иное идейное течение, ту или иную социальную деятельность. В силу того, что в вопросах, задаваемых респондентами, отражается их отношение к адресату, мы считаем целесообразным заканчивать анкеты и интервью предложением респонденту обратиться с любым вопросом к организаторам исследования.

В первом приближении информация, полученная вследствие применения приема обратного вопроса, обрабатывается примерно так же, как и открытые вопросы. Вопросы респондентов классифицируются и кодируются, вслед за этим производится табулирование и статистический анализ. В случае получения от респондентов больших текстов возможна их обработка методом контент-анализа, основные категории, единицы анализа и единицы счета, а также примерные таблицы которого разработаны автором. Наш опыт показывает, что наиболее эффективной процедурой подсчета при таком контент-анализе является применение формулы коэффициента Яниса: для случаев, когда число положительных оценок превышает число отрицательных:

$$c = (f^2 - f \cdot n) / (r \cdot t)$$

и когда число отрицательных оценок превышает число положительных:

$$c = (f \cdot n - n^2) / (r \cdot t),$$

где f — число положительных оценок, n — число отрицательных оценок, r — объем содержания текста, имеющего отношение к изучаемой проблеме, t — общий объем анализируемого текста.

Возможны, разумеется, и другие варианты. Однако более глубокий анализ обратных вопросов предполагает специальную процедуру, основанную на знании эротетической логики¹.

Логические основания анализа данных. Основными являются следующие понятия эротетической логики. Они определяют содержательный анализ получаемых в ходе анкетирования обратных вопросов. Структура вопроса: 1) наличие некоторого знания в виде предпосылки вопроса, 2) искомое, т. е. то, на что направлен вопрос, 3) характер требования перехода от данного вопроса к искомому. Типы вопросов:

4) вопросы к решению (их разновидностью являются дихотомические вопросы: «да или нет?»), 5) вопросы к пополнению. Типы возможных ответов: 6) соответственные, 7) соответственные непосредственные, 8) соответственные опосредованные, 9) непосредственные полные, 10) непосредственные частные. Предпосылки вопроса (убеждения в существовании хотя бы одного истинного соответственного ответа на вопрос или хотя бы одного ложного соответственного ответа): 11) позитивная, 12) негативная. Типы проблем (вопросов, ответы на которые пока не известны обществу и способ получения которых не найден): 13) мнимые; их разновидности: 14) уже не проблема, 15) еще не проблема, 16) всегда псевдопроблема; 17) подлинные. 18) Уровень энтропии вопроса (чем больше энтропия вопроса, тем больше информации должен содержать ответ). 19) Область поиска ответа, на которую указывает вопрос.

При анализе, например, пункт 1) требует эксплицировать исходное знание спрашивающего, пункт 4) указывает на заинтересованность спрашивающего в получении ответа, пункт 11) на убеждение в компетентности адресата, доверие к адресату, пункт 14) на низкую информированность, слабую включенность в происходящие в обществе обсуждения.

Очень важным в анализе является применение процедур редукции вопросов к суждениям и исчисления вопросов. Исчисление вопросов позволяет значительно увеличить количество полученной информации и, в известной степени, прогнозировать диалог.

Исчисление вопросов основано на применении более общего, чем «истинно» («ложно») оценочного предиката «правомерно» («неправомерно»)² и базируется на выражении:

$$?(P_1, \dots, P_n) \leftrightarrow P_1 \wedge \dots \wedge \bar{P}_n \vee \dots \vee \bar{P}_1 \wedge \dots \wedge P_n,$$

где ? — оператор вопроса; P, P_1, P_n — суждения; $\wedge, \vee, \leftrightarrow, \dots$ пропозициональные связки: и, или, если и только если, отрицание. В этом определении знаком интеррогативной эквиваленции (\leftrightarrow) соединены вопрос и его предпосылки. Приведенное выражение дает еще несколько определений, позволяющих доказать ряд теорем, на основе которых возможно составление программы для ЭВМ.

Психологические основы анализа данных.

Сказанное выше относительно анализа результатов применения обратного вопроса необходимо, но не достаточно для анализа данных собственно диалогической анкеты. Анкета строится как обсуждение текста (даваемого отрывками), содержащего изложение изучаемой проблемы. Наряду с вопросами об отношении к проблеме респондентам предлагается задать вопросы предполагаемому автору текста, написать, какой они ожидают от него ответ. Нами в специально проведенном психологическом исследовании³ было установлено, что в тех случаях, когда партнеры по диалогу находятся на одной стадии анализа и делают одинаковые прогнозы, их мышление об обсуждаемом объекте совпадает, возникает общая смысловая позиция. Когда партнеры находятся на одной стадии анализа, но делают разные прогнозы, второй партнер использует (включает в анализ) лишь актуальное для себя содержание реплики первого. Его смысловая позиция становится началом формирования ремы. В диалоге возникает содержание, не сводимое ни к исходной позиции первого (исследователя), ни второго (респондента), но выступающее как их развитие, развертывание, становление. В случаях, когда стадии анализа и прогнозы не совпадают, второй субъект диалога репрезентирует полностью независимую позицию, развертывающуюся в полемике с первым.

Смысловая позиция исследователя известна. Она изложена в программе и эксплицируется в системе текстуальных вставок и прямых вопросов в анкете. Просьба к респонденту задать вопросы предполагаемому автору текста позволяет вскрыть его стадию анализа, просьба написать ожидаемый ответ — вскрыть совпадение прогнозов. Эти зада-

ния, повторенные в анкете несколько раз, позволяют видеть обсуждение проблемы в развитии — как процесс. Далее реконструируется смысловая позиция респондента, анализируется, кодируется и подвергается статистической обработке.

Теоретико-информационный подход к оценке данных диалогической анкеты.

Теоретико-информационный подход⁴ позволяет определить для всех видов вопросов: 1) количество информации, которая будет получена собеседником в результате ответа на вопрос и 2) ценность этой информации. Если число возможных прямых ответов на неместоименный вопрос до получения собеседником информации составляет P_0 , а после получения информации сокращается до P_1 , то количество полученной информации будет равняться (в битах) результату, вычисляемому по формуле:

$$I = \log_2 P_0 - \log_2 P_1 = \log_2 P_0 / P_1.$$

Ценность информации, определяемая как приращение вероятности достижения цели⁵, вычисляется по формуле:

$$I = \log_2 P_1 - \log_2 P_0 = \log_2 P_1 / P_0,$$

где P_0 — вероятность достижения цели до получения информации, P_1 — вероятность достижения цели после получения информации:

$$P_0 = 1/P_0; \quad P_1 = 1/P_1.$$

На основе диалогического принципа составления социологического инструментария и приема обратного вопроса нами были также разработаны и внедрены тестовые методики «Герой-собеседник» и «Вопросы автору»⁶.

¹ См.: Белнап Н., Стил Т. Логика вопросов и ответов. М., 1981; Берков В. Ф. Вопрос как форма мысли. Минск, 1972.

² См.: Берков В. Ф. Указ. соч. С. 116.

³ См.: Поликарпов В. А. Мышление индивида во время реплик партнера в условиях диалога // Вопросы психологии. 1986. № 5.

⁴ См.: Берков В. Ф. Указ. соч.

⁵ См.: Харкевич А. А. О ценности информации // Проблемы кибернетики. М., 1960. Вып. 4.

⁶ См.: Залыгина Н. А., Поликарпов В. А. Проект тестовой методики «Герой-собеседник» // Весн. Беларус. ун-та. Сер. III. 1985. № 3; Поликарпов В. А. Понимание как предмет психологического познания // Весн. Беларус. ун-та. Сер. IV. 1987. № 3.

А. А. МИХАЙЛОВ

ИДЕЯ РЕДУКЦИИ В ФЕНОМЕНОЛОГИИ Э. ГУССЕРЛЯ

Вопрос о месте и смысле редукции в феноменологической программе Гуссерля продолжает находиться в центре современных философских дискуссий. Новые публикации работ гуссерлевского наследия, осущестляющиеся на фоне обостряющегося интереса к исследованию проблематики человека, раскрывают такие аспекты феноменологической теории, которые помогают прояснить смысл радикальных перемен, происходящих в современном идеализме.

Общеизвестно, что идея редукции была изложена Гуссерлем в 1913 году в работе «Идеи чистой феноменологии и феноменологической философии». Эта работа является попыткой развить антипсихологический способ описания устойчивых значений логических фундаментальных понятий и самих законов мышления, который Гуссерль применил в «Логических исследованиях» (1900—1901). Его уже не удовлетворяет исследование сущности структур «чистого переживания» и соответствующих смысловых состояний сознания, осуществленное им в основополагающем философском произведении: слишком значительным казался