

<sup>4</sup> Там же, т. 3, с. 2.

<sup>5</sup> Там же, т. 16, с. 198.

<sup>6</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 2, с. 485.

<sup>7</sup> Основные направления общеобразовательной и профессиональной школы. — Правда, 1984; 4 января; Материалы Пленума Центрального Комитета КПСС, 14—15 июня 1983 г., с. 18.

<sup>8</sup> Сухомлинский В. А. О воспитании. — М., 1983, с. 78.

<sup>9</sup> Там же, с. 74.

<sup>10</sup> Маркс К. и Энгельс Ф. Соч., т. 23, с. 494.

Н. А. ЗАЛЫГИНА, В. А. ПОЛИКАРПОВ

### ПРОЕКТ ТЕСТОВОЙ МЕТОДИКИ «ГЕРОИ-СОБЕСЕДНИК»

Группа социологии средств массовой информации (СМИ) Проблемной НИЛ социологических исследований Белгосуниверситета изучает эффективность влияния средств массовой информации на различные группы молодежи республики. В рамках этого исследования проведен психологический эксперимент по определению объективной тестовой методики, позволяющей выявить реальные результаты влияния СМИ на молодежь.

СМИ стремятся задать аудитории определенную модель социальной действительности. Индивиды, составляющие аудиторию, имеют свою модель социальной действительности, сложившуюся в процессе их жизнедеятельности (социального опыта), пропагандистского воздействия отечественных и зарубежных СМИ, восприятия слухов и т. п. Можно говорить об эффективности влияния СМИ на молодежь в том случае, если модель социальной действительности, задаваемая СМИ, и модели социальной действительности, сложившиеся у представителей молодежной аудитории, в основном совпадают<sup>1</sup>.

Модель социальной действительности, пропагандируемая СМИ, персонифицируется героем. Газеты, радио, телевидение предлагают очерки, статьи, передачи, в которых действует герой (положительный герой), выступающий субъектом эталонного поведения. При этом эксплицируется или подразумевается имплицитно (раскрывается через действия) видение героем социальной действительности, рассказывается о его действиях в определенной, социально значимой ситуации, сообщается его социальный статус и примерный возраст<sup>2</sup>.

Тестовая методика должна позволить вскрыть совпадение или несовпадение модели социальной действительности, задаваемой СМИ, и моделей отдельных индивидов, составляющих аудиторию. Это может быть достигнуто за счет выявления отношения испытуемого (в нашем случае — тестируемого) к герою, персонифицирующему пропагандируемую СМИ модель социальной действительности. Это отношение, в соответствии с общей теорией деятельности опосредования общения, должно проявляться в готовности к совместной деятельности или отказе от нее. (Готов вступить в совместную деятельность, отказывается от совместной деятельности, соответственно: принимает видение социальной действительности героем, не принимает...). Готовность к совместной деятельности с героем, предлагаемым СМИ, или отказ от нее должны быть зафиксированы незаметно для испытуемого.

Тестируемому в рамках той же методики может быть предложен отрицательный герой, персонифицирующий неприемлемое социалистическим обществом видение социальной действительности.

Разработанная нами тестовая методика основывается на следующих психологических знаниях, полученных методом лабораторного эксперимента. Известно, что всякое мышление начинается с выбора направления. (Я могу думать о чем-либо с разных позиций. Например, строительство метро в Минске я могу оценивать как признак расцвета города, как средство решения транспортной проблемы в центральных районах, или могу считать его напрасной тратой средств, нужных для жилищного строительства). Как показали исследования А. В. Брушлинского, направление мышления выбирается в акте прогнозирования<sup>3</sup>. Это понятие можно считать не только одним из основных в общей теоретической модели мышления, но и методическим, так как оно хорошо операционализируется и тем самым создает основания анализа результатов экспериментальных исследований и наблюдений.

Специальное экспериментальное исследование мы посвятили выясне-

нию роли вопроса в условиях совместного решения мыслительных задач. Обнаружилось, что в форме вопроса, адресованного партнеру при непосредственном или опосредованном общении, может формулироваться прогноз. Причем такой вопрос является побуждением к совместной деятельности (в данном случае, к совместному решению мыслительной задачи). Этот вывод совпадает с теоретическим выводом В. Ф. Беркова: «...как познавательное средство вопрос играет роль указателя, намечающего цель процесса познания»<sup>4</sup>. Приходится также согласиться с Н. Б. Шумаковой, утверждающей, что «вопрос выступает в качестве связующей единицы между общением и мышлением»<sup>5</sup>.

Как показали наши эксперименты, вопросы такого вида имеют следующие признаки: а) уточнение предмета деятельности партнера; б) предложение о применении нового способа деятельности; в) уточнение применяемого партнером способа деятельности.

Кроме этого можно выделить вопросы выяснения мотивов деятельности партнера. Как показало наше исследование, за ними стоит однозначное сопоставление мотивов партнера общения со своими мотивами, возможными в данной ситуации (каузальная атрибуция). Возможный мотив испытуемого в этой ситуации восстанавливается через содержание вопроса, взятое как утвердительное проблематическое (по модальности) суждение.

Есть еще тип вопросов, не входящих в эти два класса. Это вопросы, касающиеся мнения партнера общения о третьих лицах. В сообщениях СМИ всегда помимо главных героев присутствуют сопутствующие герои. Возможный мотив тестируемого раскрывается через стремление избежать контактов с ними.

Следует выделить еще один класс вопросов, которые никогда не будут включены в методику, т. е. всегда будут выходить за рамки классификатора. На появление таких вопросов ориентируют Н. Белнап и Т. Стил, авторы книги «Логика вопросов и ответов» (М., 1981). Это вопросы, ответы на которые не могут быть точно описаны. В нашем пробном тесте, например, к такому классу относится вопрос герою: «Что бы Вы сказали современной молодежи?»

На основании вышесказанного испытуемым была предложена следующая тестовая методика. Тестируемый получает небольшой текст, выбранный методом контент-анализа, в котором рассказывается о человеке, совершившем какое-то социально-значимое или асоциальное действие в определенной ситуации, исходя из определенных побуждений. Причем акцент делается именно на побуждениях. Они или прямо эксплицируются, или раскрываются через действие или отношение героя к ситуации. Текст начинается словами: «Есть такой человек». После прочтения текста тестируемому дается письменное задание: «Если бы у Вас была возможность познакомиться с этим человеком, какие бы Вы задали ему вопросы? Напишите. Свою фамилию указывать не надо».

По характеру вопросов следует установить: а) тестируемый принимает позицию героя (положительное отношение); б) готов принять, но колеблется (преимущественно положительное); в) не принимает (отрицательное); г) относится нейтрально.

При интерпретации теста выделяются вопросы, операционализированные выше, и анализируются в том же порядке. Как показало пробное тестирование (70 опытов, две серии), при наличии одного вопроса первого класса отношение следует определить как преимущественно положительное (готов принять). При преобладании вопросов второго класса — отношение положительное. При отсутствии таких вопросов — отношение отрицательное. При отсутствии вопросов первого, второго и третьего класса — нейтральное.

Вопросы второго класса переписываются как текст по предлагаемым правилам и анализируются по содержанию. Вопросы третьего класса анализируются вышеуказанным способом и являются контрольными. Если результат их анализа противоречит результату анализа вопросов второго класса, тест бракуется. Валидность тестовой методики проверялась методом экспертных оценок.

В пробном тестировании предлагается следующий текст.

#### **Пример 1.**

Есть такой человек. Когда Ганна Семеновна вышла замуж, она перешла жить в дом к мужу. Свекровь не знала, где посадить, чем порадовать. С утра до вечера слышался ее голос: «Моя Ганнушка!» Когда родил-

ся мальчик, половину забот о внуке бабушка взяла на себя. Но вот колхозные комсомольцы взяли шефство над животноводством и призвали юношей и девушек стать доярками, телятницами, свиноводками. Ганна Семеновна пошла в доярки. Стала подниматься до зари. Свекровь ходит мрачнее грозовой тучи: «С фермы грязь в доме, все навозом пропахло!» Дело дошло до ссоры. Разговор один: «Уходи с фермы!» Муж взял сторону матери. Ганна так прикипела к ферме, так полюбила свое дело, что не могла существовать без него. И когда вопрос встал так: или семья, или работа, забрала Ганна сына и ушла к матери. Ганна Семеновна стала наставником молодежи. Лучшей наградой для нее был день, когда в честь трудового успеха ее ученицы в первый — но не в последний! — раз взвился у правления колхоза флаг трудовой славы.

Проанализируем выбранный наугад тест.

Протокол № 6. Вопросы, заданные герою:

1). Жалует ли она о разрыве с мужем? 2). Полностью ли довольна своими воспитанницами? 3). Считает ли, что в отношении семьи поступила правильно, или можно было немного по-другому? 4). Радует ли ее работа сейчас? 5). Каким она видит своего сына в будущем? 6). Не боится ли, что он не поймет ее?

**Анализ.**

Вопросов первого типа нет. Вопросы второго типа четыре, это — 1, 3, 4, 6. 2-й и 5-й вопросы неопределенного типа (пока 4-й тип). 1-й, 3-й, 4-й, 6-й вопросы переписываются как текст по вышеприведенным правилам: 1) Я бы жалела о разрыве с мужем. 3) Я бы постаралась поступить несколько по-иному, найти какой-то другой выход. 4) Меня бы, наверное, не радовала работа, если бы я жила без семьи («сейчас» — указывает на ситуацию). 6) Я бы опасалась, что сын, когда вырастет, осудит меня за разрыв семьи.

Вывод I: Отношение отрицательное, не принимает.

На обороте листа давалось еще одно контрольное задание: «Напишите свое отношение к этому человеку». Тестируемый написал: «Волевой, целеустремленный человек, который внушает уважение. Но многое основано на личном обаянии, поэтому написать что-либо конкретное не могу».

Вывод II: Ответ на прямой вопрос неискренен. Тестируемый старается скрыть свое отношение.

**Пример 2.** Этот пример взят из второй серии пробного тестирования. Предлагается следующий текст.

Не поступив в институт, Александр пошел работать на завод. Попав в новый коллектив, он сохранил связь со школьными друзьями. Ему нравилась его компания. У них были популярные магнитофонные записи зарубежных эстрадных ансамблей. Его друзья умели красиво и модно одеваться. По вечерам они собирались у кого-нибудь на квартире, слушали новые записи, говорили о зарубежных исполнителях, о модах. Иногда ходили на дискотеки или в бары. Александр стремился выделиться в своей компании. Теперь, когда он работал на заводе, он получал много денег и мог покупать дорогие «фирменные» джинсы, рубашки, мог переплачивать за пластинки или редкие магнитофонные записи. Но достать вещи, считающиеся дефицитными, трудно. Александр познакомился с «фарцовщиками», которые достают и сбывают импортные вещи нечестным путем. Александр считал, что главное — это то, как принимают человека в компании, мнение которой он ставил очень высоко, а не то, каким путем это достигнуто. В рабочем коллективе завода он ни с кем так и не подружился.

Проанализируем протокол № 57.

Протокол № 57. Вопросы, заданные герою:

1). Учились ли ребята из его компании в институте? 2). Где он переписывал магнитофонные записи? 3). Сколько он платил за джинсы? За магнитофонные записи? За пластинки? 4). Не хотел ли он уйти с завода?

**Анализ.**

Вопросов первого класса два: 2-й и 3-й. Вопрос 2 касается уточнения предмета деятельности героя. Вопрос 3 — применяемого героем способа деятельности (размер переплачивания). В соответствии с правилами интерпретации можно определить отношение тестируемого к герою как положительное (принимает позицию героя). Вопросы второго класса нет. Вопрос 4-й относится к третьему типу. Вопрос предполагает избегание контактов с сопутствующими героями — с заводским коллективом, который в тексте противостоит «компаниям» героя и персонализирует модель социальной

действительности, задаваемой СМИ. Вывод, касающийся вопроса 4 совпадает с выводом, касающимся вопросов 2 и 3. Вопрос первый относится к четвертому классу и не интерпретируется. На дополнительный вопрос тестируемый не ответил.

Вывод: Отношение положительное. Принимает модель социальной действительности героя.

Описанная выше методика является одним из конкретных воплощений разрабатываемого авторами глобального методического приема обратного вопроса. В настоящее время методика применяется в исследовании Проблемной НИЛ социологических исследований по плановой теме «Эффективность влияния средств массовой информации и пропаганды на различные группы молодежи БССР».

<sup>1</sup> См.: Лекторский В. А. Субъект, объект, познание.— М., 1980, с. 234.

<sup>2</sup> См.: Якушев В. М. Психология и пропаганда.— В сб.: Пропаганда и молодежь. М., 1981, с. 83.

<sup>3</sup> См.: Брушлинский А. В. Мышление и прогнозирование.— М., 1979.

<sup>4</sup> Берков В. Ф. Вопрос как форма мысли.— Минск, 1972, с. 62.

<sup>5</sup> Шумакова Н. Б. Роль вопроса в структуре мышления.— Вопросы психологии, 1984, № 1, с. 91.

В. Л. АКУЛОВ

### О МЕСТЕ ЧУВСТВЕННОСТИ В СТРУКТУРЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

В истории философии на чувственное познание очень часто смотрели как на простого поставщика материала для мыслительной работы разума. С этой точки зрения задача чувства—связать человека с реальным миром, дать разуму необходимую информацию об этом мире. Причем сами чувства никакого участия в обработке информативного материала не принимают. Такое понимание соотношения чувственности и рациональности в процессе познания предельно точно выразил Кант: чувства без разума слепы, разум без чувств пуст. Но если задача чувства состоит лишь в том, чтобы дать разуму материал для его аналитической и синтетической работы, то не очевидно ли, что чувственное познание не является, строго говоря, и познанием, а чувственный опыт—знанием? Отсюда—шаг к тому, что чувства вообще представляют собой единственную реальность, с которой имеет дело субъект<sup>1</sup>. Таким образом, принижение чувственного познания, в какой бы форме оно ни выступало, необходимо ведет к отказу от теории отражения со всеми вытекающими отсюда последствиями. Первая посылка диалектического материализма в этом случае состоит в признании чувственности формой психического отражения и, следовательно, формой познания. Из этой посылки следует далее, что формы чувственности подлежат гносеологическому исследованию не только с точки зрения «механизма» действия, но и с точки зрения адекватности отображаемому объекту. Никак нельзя согласиться, что «если взять ощущения как тактовые, то о них нельзя ставить вопроса истинны они или ложны...»<sup>2</sup>. Основной вопрос гносеологии, вопрос о возможности субъекта дать истинное отображение объекта, объективной реальности, должен ставиться уже применительно к чувственному познанию. Подвергая сомнению то, что лежит в фундаменте человеческого познания или даже отказываясь решать вопрос о добротности этого фундамента, мы ставим под сомнение и все сооружение в целом. Более того, ставим под сомнение самое существование объективной реальности<sup>3</sup>.

Истоки всякого агностицизма и субъективизма коренятся прежде всего в проблеме ощущений. Поучительна в этом смысле история Гельмгольца. «Наши ощущения,—говорит он,—суть именно действия, которые вызываются в наших органах внешними причинами, и то обстоятельство, как обнаруживается такое действие, зависит, разумеется, весьма существенно от характера аппарата, на который оказывается действие»<sup>4</sup>. Аргумент «от аппарата», на который ссылается Гельмгольц, играл, как известно, вообще немаловажную роль в истории гносеологии. С ним связана, в частности, идея первичных и вторичных качеств, согласно которой такие свойства (качества) вещей, как цвет, звук и т. д. не имеют объективного значения и реальны лишь как наши ощущения. В таком понимании идея эта была подвергнута критике уже домарксистским материализмом. Однако