

- <sup>1</sup> Философский словарь.— М., 1975, с. 295.  
<sup>2</sup> Никитин Е. П. Природа научного объяснения и современный позитивизм.— Вопросы философии, 1962, № 8, с. 96.  
<sup>3</sup> Кондаков Н. И. Логический словарь.— М., 1975, с. 408.  
<sup>4</sup> Философская энциклопедия.— М., 1967, т. 4, с. 125.  
<sup>5</sup> Никитин Е. П. Указ. статья, с. 97—98.  
<sup>6</sup> Там же, с. 100.  
<sup>7</sup> Андреева Г. М. Современная буржуазная эмпирическая социология.— М., 1965, с. 188.  
<sup>8</sup> Рубинштейн С. Л. Бытие и сознание.— М., 1957, с. 141.  
<sup>9</sup> Кедров Б. М. Обобщение как логическая операция.— Вопросы философии, 1965, № 12, с. 46.  
<sup>10</sup> Рубинштейн С. Л. Указ. работа, с. 141.  
<sup>11</sup> Ленин В. И. Полн. собр. соч., т. 1, с. 137.

С. А. ПОВАЛЯЕВ

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ СПЕЦИАЛИСТОВ ВУЗОВ В НАУЧНО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Проблемам научно-информационной деятельности (НИД) в настоящее время уделяется пристальное внимание со стороны специалистов самых различных направлений науки. Однако, как отмечают А. И. Михайлов, А. И. Черный, Р. С. Гиляревский<sup>1</sup>, психологический аспект проблемы НИД нуждается в самой серьезной проработке и развитии. Среди проблем НИД особо выделяется проблема потребности, как важнейший компонент предметной деятельности, т. е. то, без чего невозможен любой творческий процесс. На возникновение потребностей (в особенности социальных) через предметную деятельность указывал А. Н. Леонтьев<sup>2</sup>. Векторизуя потребности через предметную деятельность, мы, в первую очередь, сталкиваемся с природой мотивов (определенным состоянием потребностей).

Помимо таких понятий, как мотив, предметная деятельность, цель, при изучении потребности рассматриваются и такие аспекты, как интересы и установки, потребности и эмоции. У Симонова П. В. классификация эмоций связывается с величиной потребности и дефицитом или приростом прагматической информации<sup>3</sup>.

А. А. Братко, А. Н. Кочергин<sup>4</sup> в свою классификацию психологических проблем информатики вводят класс «Потребление научно-технической информации». В качестве постановки проблемы С. Б. Бенедиктов<sup>5</sup> рассматривает построение модели поведения преподавателя при овладении системой научно-технической информации.

Мы проанализируем материалы исследования, проведенного в трех вузах страны с целью выявления некоторых содержательных сторон их информационной деятельности. Массив исследования составил 100 анкет, заполненных научными сотрудниками и преподавателями, и 20 анкет, заполненных специалистами информационных служб.

Обобщенные данные обработки анкет потребителей информации показывают достаточно высокий научный потенциал современного вуза, что дает право сделать вывод об интенсивности участия потребителей в информационной деятельности. Среди опрошенных специалистов 13% имеют ученую степень доктора, 50—кандидата наук. Среди имеющих ученые степени кандидата наук 30% работают над докторскими диссертациями, 33—над кандидатскими.

Современная дифференциация научных знаний повлияла на диапазон научных интересов потребителей. У 91% опрошенных научные интересы находятся на стыке нескольких научных направлений. Значительны возможности потребителей и при обработке зарубежной информации. 75% используют в работе 1—2 иностранных языка. Интенсивное развитие научных исследований в вузе дает толчок к развитию потребностей в информации. На этот фактор указал 41% специалистов. Такие аспекты, как постановка эксперимента, подготовка научной статьи, обсуждение научных результатов также интенсифицируют информационные потребности. Это отметили 30% опрошенных специалистов.

Одним из определяющих критериев научной продуктивности являются научные публикации сотрудников. Значительное место в информацион-

ных контактах у специалистов всех категорий занимают конференции, совещания, семинары.

Показателем информационной продуктивности является ежегодный объем обрабатываемого информационного потока. Зав. кафедрами (отделами) в среднем просматривают около 400 источников, старшие научные сотрудники и ассистенты—300. Примерно равным для всех категорий потребителей оказался процент использования информационных источников по их видам—50—60%. Это говорит о том, что в принципе в практической деятельности специалистов уже сложилось определенное ядро информационных источников, с которыми работать удобно и из которых наиболее полно и оперативно можно получать требуемую информацию. Вот как распределились источники по оценке специалистов в соответствии с интенсивностью их использования в работе: книги (монографии)—78%, журналы—95, реферативные журналы—90, аналитические обзоры—86%.

Интересны в психологическом плане результаты анализа требований потребителей и информационных работников к профессиональным и личностным качествам друг друга. Сразу необходимо отметить, что уровни самооценок и у потребителей, и у информационных работников оказались довольно низкими. Однако уровень самооценок по некоторым личностным качествам все-таки совпал. Например, такие качества, как благожелательность, терпеливость, аккуратность, добросовестность проецировались друг на друга и приписывались себе примерно на уровне 44—50%. Информационные работники основными качествами потребителей считают умение формулировать информационные потребности (70%), знание предмета, эрудиция (50%). Эти же качества отмечают и потребители (48 и 31%), однако со значительно меньшей интенсивностью выбора. В свою очередь, 34% потребителей считают, что информационные работники должны обладать такими качествами, как инициативность, коммуникабельность, оперативность, но только 10% информационных работников отметили эти качества у потребителей. Для своей же профессии эти качества считают необходимыми 40% информационных работников. В данном случае критическое отношение информационных работников к своим качествам совпадает с мнением потребителей.

Значительное место в анкете занимал раздел информационных мотивов. Причем, из 35 классифицированных мотивов информационной деятельности 18 практически совпадали у обеих категорий опрашиваемых. Эти мотивы при обработке данных были условно названы совмещенными. Опрашиваемым предлагалось знаком «←→» отмечать реально существующие мотивы и знаком «+» прогнозируемые мотивы, т. е. те, которые могут возникнуть в практической деятельности. Анализ обработки данных показал значительное рассогласование мотивов у потребителей и информационных работников. На функциональном уровне (анкетную схему классификации мотивов примем за фасетный уровень) рассогласование можно определять как разницу коэффициентов частоты выбора мотивов в заданном диапазоне.

Коэффициент частоты выбора в заданном диапазоне выборки ( $K_b$ ) можно определить по формуле:

$$K_b = \frac{\sum_{i=1}^n a_i}{N},$$

где  $N$  — количество выборок в заданном диапазоне;  $a$  — частота выборки;  $i$  — порядковый номер выборки;  $n$  — диапазон выборки.

Так, например, при оценке генеральной выборки реальных мотивов для потребителей и информационных работников был установлен наиболее продуктивный диапазон выборки 40—80%, при этом, коэффициент частоты выбора мотивов, согласно приведенной формуле, составил: для потребителей 1,75, а для информационных работников 4,25. Следовательно, коэффициент рассогласования по данному диапазону составит 2,5. Если взять для данного случая диапазон выборки равный 10—30%, то коэффициент частоты выбора мотивов по данному диапазону составит для потребителей 6,3, а для информационных работников 5,3. Рассогласование для данного случая составит всего 1,0. Отсюда можно сделать

вывод, что наиболее стабильная частота выбора информационных мотивов наблюдается в диапазоне выбора равном 10—30%, однако этот диапазон характеризует наиболее «слабые» мотивы информационной деятельности. При рассмотрении прогнозируемых мотивов диапазон выборки у потребителей оказался уже, чем у информационных работников (соответственно 5—29 и 10—49%), причем, при относительно низкой частоте диапазон выборки у информационных работников значительно шире. Это говорит о наличии у данной категории наиболее «сильных» прогнозируемых мотивов. Для удобства сопоставимости содержательного анализа мотивы, выбираемые и потребителями и информационными работниками, были условно разделены на «сильные» (на выбор указали свыше 50%, «транзитивные» (от 25 до 50%) и «слабые» (ниже 25%). Необходимо отметить, что рассогласование мотивов наиболее продуктивно можно рассчитывать, используя абсолютно равные диапазоны выборки как для потребителей, так и для информационных работников.

Анализ обработки данных показывает, что, в принципе, коэффициент рассогласования выборки мотивов можно уменьшить, если начать варьировать диапазоны выборки. Однако при таком внешне благополучном подходе необходимо учитывать не только функциональное решение проблемы, но и фасетный анализ, т. е. сам содержательный уровень оценок выбираемых мотивов. Наиболее целесообразным для классификации и оценки информационных мотивов оказался фасетно-функциональный подход, который дает возможность уловить и динамику информационной потребности, и сделать приемлемый прогноз развития потребности.

В решении задач, связанных с развитием информационных потребностей специалистов, необходимо, в первую очередь, учитывать профессиональные цели и интересы, которые как бы создают оболочку потребности. В этой связи особый интерес представляет рассмотрение потребностей на объективном и субъективном уровне. Так, например, любой творческий коллектив, работающий над некоторой научной проблемой, в первую очередь преследует общественные цели (улучшение условий труда, повышение эффективности производства и т. п.). В этом случае потребность в информации коллектива носит объективный характер и является потребностью общества в целом. С другой стороны, выражение данной коллективной потребности дифференцируется потребностями отдельных членов конкретного научного коллектива, которые по своей природе индивидуальны и субъективны.

Приведенный в статье подход к вопросу классификации и анализа информационных мотивов является только началом большой и кропотливой работы по организации высокоэффективной системы научно-технической информации в вузе, способной удовлетворять растущие потребности в информации, влиять на процессы возникновения и дальнейшего развития этих потребностей.

<sup>1</sup> См.: Михайлов А. И., Черный А. И., Гиляревский Р. С. Исследования по информатике в СССР (1968—1977 гг.).— В сб.: Научно-техническая информация, сер. 2, 1977, № 11—12.

<sup>2</sup> См.: Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы и эмоции.— М., 1971; Его же. Деятельность. Сознание. Личность.— М., 1977.

<sup>3</sup> См.: Симонов П. В. Теория отражения и психофизиология эмоций.— М., 1970, с. 90.

<sup>4</sup> См.: Братко А. А., Кочергин А. Н. Информация и психика.— Новосибирск, 1977, с. 86.

<sup>5</sup> См.: Бенедиктов С. Б. К проблеме построения модели поведения преподавателя при овладении им системой научно-технической информации.— В сб.: Совершенствование системы научно-технической информации в вузах республики (Тез. докладов республиканского научно-методического семинара).— Минск, 1978, с. 22—24.