



Рис. 4. Рейтинг способов выхода из кризисного состояния:  
 а – более решительное проведение реформ, утверждение частной собственности; б – восстановление доперестроечных систем общественной организации; в – усиление дисциплины, порядка, ответственности; г – возрождение религии; д – восстановление связей с братскими, прежде всего, славянскими народами; е – более решительное продвижение на Запад, в мировое сообщество; ж – опора на свои собственные национальные силы; з – возрождение национальных нравственных принципов; и – формирование современной законодательной базы; к – каждый должен рассчитывать сам на себя; л – устранение имущественного неравенства; м – устранение уравнительного принципа в распределении материальных благ

Таким образом, за прошедшие годы стратегия выхода из системного кризиса в представлении респондентов принципиально не изменилась. Такая стратегическая конструкция оставляет достаточное поле для развития нового сектора экономики.

Вместе с тем следует выделить очевидно тревожный симптом, обозначившийся в общественном сознании, – отрыв дисциплинарной нормы от всех других. Так, если в 1996 г. потребности в наведении порядка и правовом реформировании были сбалансированными, уравнивающими

друг друга и образовывали гармоничный правопорядок, то в 1999 г. потребность в наведении порядка оказалась существенно сильнее потребности в формировании правового поля. Этот симптом говорит о безысходности, неверии респондентов в возможность иных, более цивилизованных способов обустройства общества, об опасно затянувшемся, неэффективном общественном реформировании.

Нетрудно спрогнозировать, что в варианте «порядка любой ценой» в первую очередь пострадает именно негосударственный сектор экономики.

Как тревожный симптом следует расценить и значительную переориентацию общественного сознания с западного вектора (движение на Запад, в мировое сообщество) на внутренний (опора на свои собственные национальные силы). Национальная самоизоляция также не будет благоприятной для утверждения нового сектора экономики.

Изложенные как положительные, так и негативные тенденции в формировании негосударственного предпринимательства в Беларуси являются динамичными, постоянно изменяющимися. В какую сторону они будут развиваться в ближайшем и отдаленном будущем будет зависеть от многих причин, прежде всего от конкретных действий политиков, союзов предпринимателей, других социальных институтов.

В.А. ПОЛИКАРПОВ,  
 КАНДИДАТ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ НАУК (МИНСК)

#### ОПЫТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИЕМА ОБРАТНОГО ВОПРОСА В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ОПРОСНИКАХ

В статье на конкретных примерах показан способ применения приема обратного вопроса. The article presents the concrete examples how to use the reverse question technique.

Исследование носило экспериментальный характер, целью которого являлось дальнейшее развитие метода обратного вопроса, применительно к построению социологического и социально-психологического инструментария для массовых опросов. Метод обратного вопроса направлен на полу-

чение от респондентов более искренних ответов, независимо от их собственного желания быть искренними или нет, и поэтому может быть отнесен к категории проективных тестов, применяемых одновременно на массовых выборках.

Социологические и социально-психологические опросники как инструмент научного исследования могут быть подвергнуты критике по крайней мере по трем позициям:

1. Являясь посредником диалога между исследователем и респондентом, генерируя у респондента диалогическую речь (которая часто определяется как ответы на вопросы), опросники содержащимися в них вариантами ответов и заданной последовательностью вопросов сводят к минимуму возможность появления ремы высказываний, которая в живом, полноценном диалоге становится основным предметом обсуждения.

2. М.М. Бахтин определяет диалог как взаимодействие несводимых одна к другой смысловых позиций. Диалог в чистом виде, только как 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. То же происходит и в художественном произведении, где сюжет может разворачиваться из взаимодействия «точек зрения», «говорящих позиций», персонифицированных героями произведения. Социологические и социально-психологические опросники, оставляя только одну смысловую позицию активной (вопросы формулирует исследователь), во многом генерируют 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. Состоящий из вопросов и заданий респонденту опросник 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 просто как носитель мнения.

Можно было бы привести еще несколько более частных аргументов, дополняющих критику опросников как инструментов 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 значимый пласт информации – отношение респондента к теме исследования.

Итак, совершенствование метода опроса, на наш взгляд, должно идти по пути приближения ситуации заполнения опросника к ситуации диалога. Для этого мы предлагаем использовать так называемую «диалогическую анкету».

В основе диалогического построения социологического и социально-психологического инструментария (не только анкет, но и социально-психологических тестов, интервью) лежит так называемый прием обратного вопроса. В опроснике он может быть использован как самостоятельное задание, или как основа его 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

исимо от их собст-  
жет быть отнесен к  
енно на массовых

сники как инстру-  
ритике по крайней

лем и респонден-  
рая часто опреде-  
ся в них варианта-  
сводят к минимуму  
живом, полноцен-  
я.

несводимых одна  
ко как вербальное  
нтов (а именно та-  
о), становится пси-  
озтому столкнове-  
слы, хотя общаю-  
основу динамики  
произведении, где  
ек зрения», «гово-  
едения. Социоло-  
вляя только одну  
следователь), во  
ая варианты отве-  
вторая смысловая  
я респондента, за-  
ной для исследо-

алога (внутренне-  
тивность. Состоя-  
дает правила диа-  
ледователем про-  
ается как источник  
ель мнения.

их аргументов, до-  
ения научной ин-  
на вопрос, мотив,  
ем замысле субъ-  
м случае, говоря-  
казывания. Таким  
шение респонден-

д, должно идти по  
ации диалога. Для  
алогическую анке-

ого и социально-  
социально-психо-  
ием обратного во-  
стоятельное зада-

енту предлагается  
наиболее волную-  
становить пробле-  
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 уже прилагаемых усилий по ее преодолению, степень доверия специалисту, представляющему тот или иной социальный институт, наиболее волнующие респондента аспекты затронутой проблемы. В качестве адресата для обратного вопроса может быть предложен руководитель того или иного уровня любой сферы жизнедеятельности общества или субъект, персонифицирующий то или иное идейное течение, ту или иную социальную деятельность и т. д. и т. п.

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 при использовании открытых вопросов. Вопросы респондентов классифицируются и кодируются, вслед за этим производится табулирование и статистический анализ. В случае получения от респондентов больших по объему текстов возможна их обработка методом контент-анализа.

Однако более глубокий анализ обратных вопросов предполагает специальную процедуру, основанную на знании эротетической логики.

Основными, определяющими содержательный анализ получаемых в ходе анкетирования обратных вопросов, являются следующие понятия эротетической логики. 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 к искомому. Типы вопросов: 4) вопросы к решению (и их разновидности – 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 частичные. Предпосылки вопроса (убеждение в существовании хотя бы одного истинного соответственного ответа на вопрос, или хотя бы одного ложного соответственного ответа): 11) позитивная, 12) негативная. Типы проблем: 13) мнимые и их разновидности: 14) уже не проблема, 15) еще не проблема, 16) всегда псевдопроблема; 17) подлинные, а также 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 обсуждаемые в обществе проблемы и т. д.

Сказанное относительно анализа результатов применения обратного вопроса необходимо, но его не достаточно для анализа данных собственно диалогической анкеты. Анкета строится как обсуждение текста (в виде отрывков), содержащего изложение изучаемой проблемы. Наряду с вопросами об отношении к проблеме, респондентам предлагается задавать вопросы предполагаемому автору текста, а также написать, какой они ожидают получить от него ответ. В специально проведенном психологическом исследовании было установлено, что в тех случаях, когда партнеры по диалогу находятся на одной стадии анализа и делают одинаковые прогнозы, их суждение об обсуждаемом объекте совпадает. Имеет место общая смы-

словая позиция. Когда же партнеры, находясь на одной стадии анализа, делают разные прогнозы, второй партнер использует (включает в анализ) лишь актуальное для себя содержание реплики первого. Его смысловая позиция становится началом формирования ремы. Диалог приобретает содержание, не сводимое ни к одной исходной позиции: ни первого (исследователя), ни второго (респондента), но выступающее для него как ее 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 (респондента) стадию анализа, просьба написать ожидаемый ответ – вскрыть степень совпадения прогнозов. Эти задания, повторенные в анкете несколько раз, позволяют рассматривать обсуждение проблемы в развитии, т. е. как процесс. Далее реконструируется смысловая позиция респондента, анализируется, кодируется и подвергается статистической обработке.

Нашими испытуемыми были аспиранты БГУ – люди, которые по своему социальному положению должны быть ориентированы на самореализацию в сфере науки, являющие собой наиболее удачный продукт вузовского образования, – всего 84 человека.

В соответствии с избранным методом им предлагался следующий текст:

«Как реализовать себя – каждый понимает по-своему. Чтобы разобраться в этом, мы предлагаем Вам принять участие в разговоре о самореализации. Вам должны помочь ваше воображение и жизненный опыт. Внимательно прочитайте приведенный ниже текст и ответьте на следующие за ним вопросы.

Итак, представьте себе...

Человек, о котором идет речь – это молодая симпатичная женщина. Жизнь ее, в общем-то, сложилась. У нее есть семья, хорошая работа, недавно она защитила кандидатскую диссертацию. Вот что она рассказала о себе».

Далее следует сам текст вместе с его структурным анализом.

#### ***I блок. Установка как причина.***

А) Конкретизация установки. Установка на познавательную деятельность.

Б) Конкретизация установки. Установка на межличностные отношения ухаживания.

А) «Для нее главное в жизни – самоутверждение: отстоять свое "Я", утвердить свои деловые принципы, испытать свои способности, знания, умения. Сказанное является для нее главным мотивом любой деятельности».

Б) «Даже любовь она рассматривает как возможность отстоять свои нравственные принципы взаимоотношения между мужчиной и женщиной, утвердить свое право быть любимой».

#### ***II блок. Мотивировки.***

А) Тема оправдания своей позиции: отношение к окружающим. Модальность отношения к окружающим.

Б) Конкретизация отношения к окружающим. Приведены: 1) объективная причина отношения; 2) страдательная позиция: во власти общественного мнения; 3) основание встречной активности: ценность – принцип предпочтения выраженной индивидуальности.

А) «Она опасается, что при первом знакомстве с ее точкой зрения ее можно обвинить в эгоизме. Предвидя упреки в эгоизме, она отстаивает свою позицию и утверждает, что не может быть равнодушной к окружающим, потому что:

Б) 1) постижение собственного "Я" идет по пути постоянного сравнения себя с другими; 2) признание ее успехов находится во власти общественно-го мнения; 3) желая быть искренней (а у нее нет необходимости что-то скрывать), она признается, что для нее значимы лишь те люди, которые являются яркими индивидуальностями. Только их мнение важно для нее и только с ними следует состязаться».

### **III блок. Следствие. Отношение с руководителем.**

«Далее она касается своей профессиональной деятельности. Вот что она говорит: "Парадоксально, но факт: я почти не встречала такую Личность среди руководителей, с которыми приходилось работать. И поскольку я начисто лишена способности приспособливаться, все сводилось к постоянному противостоянию руководству"».

### **IV блок. Интерпретация следствия.**

А) Ближайшие причины следствия.

Б) Условие преодоления следствия.

А) «Вот что еще говорит она о себе: "Хотя в большинстве случаев мне все же удается отстоять право быть собой, не могу сказать, что это сопровождается признанием успеха в общественном мнении и завоеванием авторитета в коллективе. Общественное мнение привыкло к стереотипам. Все непривычное, неординарное осуждается им, понимается как позерство"».

Б) «Теперь ее рассказ становится грустным. Она считает, что добилась в профессиональной деятельности весьма и весьма относительных успехов. Успех, по ее мнению, был бы более весомым, если бы она была уверена, что общественное мнение поддержит ее. Но ... она слабый человек и не способна к длительному противостоянию среде. Может быть, потому что она женщина и всегда оставалась ею? Она считает (и это главный вывод, который она делает), что преодолеть предубежденность общественного мнения (а это, с ее точки зрения, самое главное) нелегко и доступно только сильной личности, только такой человек сможет реализовать себя как бесспорную ценность».

Пропозициональная форма: 1, 2, 3, 4.

1. Я ориентирована на ... в сфере ... и в сфере ...

2. Это оправдано, потому что ... а именно ... ..

3. В результате произошло ...

4. Потому что ... а не ...

Сжатая пропозициональная форма: 2, 1, 4, 3 (получает форму нравственного суждения).

2. В силу того, что ...

1. Я ориентирована на ...

4. И в силу того, что ...

3. Получилось ...

Логическая структура: А -> В \* С -> Д (каузальный блок + каузальный блок).

Не трудно видеть, что героиня текста ориентируется в жизни на внешний успех, не придавая значения содержанию научного результата. То же в значительной степени касается и наиболее значимых для женщины межличностных отношений – отношений ухаживания. Это – ярко выраженная демонстративная личность, главной целью которой является самоутверждение. Можно прогнозировать декомпенсацию по истероидному типу в случае усложнения жизненной ситуации и серьезного внешнего конфликта. Пока героиня текста – человек, привыкший только брать, перекладывающий ответственность за свои жизненные неудачи на других.

Проанализируем результаты диалога с ней респондентов (аспирантов). Результаты обрабатывались с помощью факторного анализа.

Вначале, чтобы получить общее представление о полученных результатах, приведем данные одномерного распределения. Преобразованные и расшифрованные суждения респондентов распределились следующим образом.

Таблица 1

## Общее отношение к позиции персонажа.

Безразличие	7,1*
Заинтересованность	9,5
Непринятие позиции	27,4
Принятие позиции	10,7
Амбивалентная оценка.	23,8
Не высказали отношения	21,4

\*Здесь и во всех таблицах далее цифры обозначают число ответов (в %)

На фоне общей заинтересованности позиция частично принимается, частично – нет. Как видно из таблицы, позицию персонажа принимает лишь каждый десятый респондент. Хотя заинтересованные отношения продемонстрировали более 40 %.

Реконструируем мнение респондентов по основным позициям диалога.

Таблица 2

## Главный стимул для ученого

Стремление к истине	17,9
Внутренняя направленность на необычное. Талант	4,8
Приносить пользу людям	7,1
Стремление к самоутверждению (содержательный аспект)	2,4
Нет мнения	67,8

Таблица 3

## Главное в любви

Терпимость	5,9
Самоотречение	2,4
Человек, которому можно доверять	2,4
Взаимопонимание	16,7
Реализация потребности быть нужным другому	4,8
Нет мнения	53,6

Таблица 4

## Отношение к критериям самооценки персонажа

Не принимают критерии самооценки. Считают, что не нужно ориентироваться на мнение окружающих	29,8
Принимают критерии самооценки. Считают, что нужно ориентироваться на общественное мнение	10,7
Осуждают критерии самооценки. Относятся враждебно. Обиделись	11,9
Нет мнения	47,6

Таблица 5

## Оценка влияния позиции персонажа на семейно-брачные отношения

Позиция персонажа создает угрозу семье	11,9
Позиция персонажа не оказывает влияния на семейно-брачные отношения	54,7
Нет мнения	33,3

Таблица 6

## Отношение к критериям оценки персонажем других людей

Не принимают критериев оценки	35,7
Принимают критерии оценки, заинтересованы	17,8
Осуждают, относятся враждебно	7,1
Нет мнения	39,3

Таблица 7

## Суждения об отношениях с руководителем

Всегда надо отстаивать свою позицию	26,2
Надо приспособливаться, хитрить и делать по-своему	22,6
Надо уступать	14,3
Нет мнения	36,9

Таблица 1

7,1*
9,5
27,4
10,7
23,8
21,4

ов (в %)

но принимается,  
принимает лишь  
отношения проде-

циям диалога.

Таблица 2

17,9
4,8
7,1
2,4
67,8

Таблица 3

5,9
2,4
2,4
16,7
4,8
53,6

Таблица 4

но 29,8
и- 10,7
ю. 11,9
47,6

Таблица 5

но 11,9
но- 54,7
33,3

Таблица 6

людей
35,7
17,8
7,1
39,3

Таблица 7

26,2
22,6
14,3
36,9

Таблица 8

## Сочувствие к персонажу

Сочувствуют	25,0
Не сочувствуют	40,5
Нет мнения	34,5

Таблица 9

## Отношение к проблеме

Видят проблему	19,0
Не видят проблему	39,3
Нет мнения	41,7
Признают в персонаже яркую индивидуальность	16,7
Считают героиню текста банальной и неинтересной	46,4
Нет мнения	36,9

Все эти суждения вошли в качестве переменных в задание по факторному анализу. Исходная матрица интеркорреляций имела размерность 43x43. Как известно, факторный анализ позволяет вскрыть латентные факторы, влияющие на формирование корреляционных связей, внутри того или иного массива переменных. В нашем случае это установки респондентов – субъективные модели самореализации.

Факторный анализ был осуществлен методом главных компонент с последующей ротацией факторных осей по критерию варимакс. Получено 5 факторов. Вклады всех пяти факторов более 1.

Все пять факторов можно разбить на 2 группы. Первая из них, в которую входят 1-й и 5-й факторы, объединены безразличием к позиции персонажа. Причем один из этих факторов – 1-й – репрезентирует определившуюся позицию ученого, а другой – 5-й – отсутствие таковой. Вторая группа факторов – 2-й, 3-й и 4-й объединены амбивалентным заинтересованным отношением к позиции персонажа.

Рассмотрим все факторы по порядку.

Информативность фактора № 1 – 21,4 %. Он образован четырьмя переменными. В научной деятельности репрезентированная фактором установка предполагает в качестве главного мотива стремление приносить пользу людям (0,489).

Данный мотив можно отнести к содержательной самореализации: стремление к определенной последовательности действий, становление действительностью. Главным качеством ученого, в соответствии с установкой, должна быть внутренняя направленность на необычное, талант (0,489).

Согласно установке, в любви главное взаимопонимание (0,839), т. е. рационализированные отношения. В качестве партнера необходим человек, которому можно доверять (0,824). Доверие также предполагает понимание – интеллектуальную идентификацию. Обе эти переменные дают в таблице интеркорреляций высокую отрицательную связь с требованием самоотречения в любви. Таким образом, для установки, содержащей определившуюся позицию ученого, характерна активная, деятельная интеллектуализированная позиция. Рассмотренный фактор является генеральным.

Фактор № 5 имеет информативность 12,1 %. Это наиболее слабый фактор. При отсутствии определившейся позиции ученого он содержит осмысленную ориентацию на межличностные отношения. Люди, чьи суждения образовали этот фактор, считают, что в любви, как наиболее сложной форме межличностных отношений, главное – терпимость (0,856), а мотивом вступления в такие отношения может быть только сама любовь (0,497). Отрицательные или положительные корреляции с переменными, операционализирующими ориентацию на научную деятельность, отсутствуют.

Вторая группа факторов объединена амбивалентным заинтересованным отношением к позиции персонажа. Иными словами, люди, чьи установки репрезентируют данные факторы, готовы "примерить" эту позицию на себя,

но проявляют к ней двойственное отношение – в чем-то принимают, в чем-то нет.

Фактор № 2. Информативность 20,9 %. Данная установка предполагает в качестве главного стимула для ученого – стремление к самоутверждению (0,830). Однако в отличие от персонажа здесь рассматривается содержательная сторона самоутверждения в науке. Успех в профессиональной деятельности ставится в зависимость не от оценок общественного мнения, а от объективной значимости результата. Сам по себе результат является самодостаточной ценностью. Причем его достижение рассматривается лишь как следствие прилагаемых трудовых усилий. Требование к ученым приносит пользу людям отрицается в качестве главного стимула (- 0,574), а в качестве субъективных свойств, присущих ученым, – внутренняя направленность на необычное, талант (- 0,574). Нет никаких корреляционных связей с данным фактором переменных, операционализирующих аспекты межличностных отношений: ухаживания, отношений с руководителями, с окружающими. Фактор представляет собой как бы исправленную и усовершенствованную позицию персонажа. Уровень корреляционной зависимости переменной, выражающей амбивалентную оценку позиции персонажа, заинтересованность, с фактором равен 0,705.

Фактор 3. Информативность составляет 20,2 %. Этот фактор является наиболее развернутым и содержательным. Установка, которую он репрезентирует, может считаться оптимальной.

Люди, представляющие данную установку, также высказывают амбивалентную оценку позиции персонажа, на фоне общей заинтересованности (0,366) частично принимают ее, частично нет.

В качестве главного стимула для ученого они рассматривают стремление приносить пользу людям (0,588). Его основными субъективными качествами считают внутреннюю направленность на необычное, талант (0,588).

В межличностных отношениях эти люди – альтруисты, настроены больше отдавать, чем брать. Они считают, что в любви – главное самоотречение (0,673); реализация потребности быть нужным другому (0,657). Фактор № 3 представляет наиболее моральную позицию, своего рода эталон.

Наконец, фактор № 4. Его информативность 13,8 %. Характерное отношение к позиции персонажа на уровне 0,287. Содержание фактора просматривается не очень четко. Можно говорить о рационализированной позиции. Главным стимулом для ученого считается стремление к истине (0,811), в любви – человек, которому можно доверять (0,524). Отрицается необходимость реализации в любви потребности быть нужным другому (- 0,354). Таким образом, позиция приобретает рационально-эгоистическое содержание.

Итак, выделены и проанализированы пять факторов. За каждым из них стоит мотивационный комплекс, установка, детерминирующая поведение молодого ученого, как в науке, так и в обыденной жизни.

Кратко обобщим основную позицию каждого из факторов (в той же последовательности), используя приведенную пропозициональную форму, воспроизведем эту позицию в структуре спровоцированного нами диалога персонаж – респондент.

#### **Фактор 1. Определившаяся позиция ученого**

1. Нужно быть ориентированным в сфере науки на то, чтобы приносить пользу людям и на то, чтобы добиваться взаимопонимания в сфере отношений ухаживания (в любви). 2. Это оправдано, потому что главное в науке – внутренняя направленность на необычное, талант (а не 4 – завоевание признания успехов общественным мнением); а в любви – человек, которому можно доверять. 3. В результате жизненные успехи будут более значительными.

1. На  
любви,  
в любви  
такие же

1. Ме  
рованнь  
требова  
обычное  
суждени

1. Ну  
сфере н  
тому что  
лант (а  
любви –  
жизненн  
ции как  
ную. Оп  
позиций.

Сужд

В ход  
ния прие  
психолог  
примене  
мацию о  
метода б

НЕ

Рассма  
блемы мак  
ситуациях  
предложен  
поведенчес  
основанная  
социальног

Не в  
всем пос  
нулись п  
к рынку  
мы, не  
коренно  
виях нес  
сам доб  
реформ  
Дест  
стояния  
наличн  
ских, тр

### **Фактор 5. Позиция, не содержащая ориентации на научную деятельность**

1. Наука меня не интересует. В сфере межличностных отношений (в любви) надо ориентироваться на терпимость. 2. Это оправдано, потому что в любви – главное сама любовь (отношения ради отношений). Пункты 3 и 4 такие же, как и в факторе № 1.

### **Фактор 2. Развитая позиция персонажа**

1. Межличностные отношения меня не интересуют. Надо быть ориентированным на самоутверждение в сфере науки. 2. Это оправдано, расхожее требование приносить пользу людям и внутренняя направленность на необычное, талант – не имеют значения. Пункты 3 и 4 повторяются во всех суждениях.

### **Фактор 3. Оптимальная позиция**

1. Нужно быть ориентированным на то, чтобы приносить пользу людям в сфере науки и стремиться к самоотречению в любви. 2. Это оправдано, потому что главное в науке – внутренняя направленность на необычное, талант (а не 4 – завоевание признания успехов общественным мнением), а в любви – реализация потребности быть нужным другому. 3. В результате жизненные успехи будут более значительными. Определение данной позиции как оптимальной не означает, что ее можно рассматривать как эталонную. Оптимальной она может считаться только среди других полученных позиций.

### **Фактор 4**

Суждения по этому фактору реконструируются очень приблизительно.

\* \* \*

В ходе проведенного исследования выяснилась возможность применения приема обратного вопроса в прикладных социологических и социально-психологических исследованиях. Экспериментально подтверждено, что применение этого метода позволяет получить более достоверную информацию о подлинной позиции исследуемого. Работа над развитием данного метода будет продолжена.

*Н.Г. ТРАПЯНОК (МИНСК)*

## **НЕЛИНЕАРНЫЕ ПОДХОДЫ К ТИПОЛОГИЗАЦИИ МАССОВОГО ПОВЕДЕНИЯ В ЭКСТРЕМАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ**

Рассматриваются социологические проблемы массового поведения в экстремальных ситуациях через парадигму нелинейности; предложена оригинальная типология массовых поведенческих реакций в ситуации экстремума, основанная на применении нелинейной модели социального времени.

Sociological problems of mass behaviour in extreme situations are viewed through the unlinear paradigm. The proposed original typology of mass behavioural reactions is based on non-line model of social time.

Не вызывает сомнений, что переходные процессы, протекающие на всем постсоветском пространстве в течение последнего десятилетия обернулись потерей устойчивости социально-экономической системы. «Переход к рынку выявил себя не как более или менее плавная модернизация системы, не как внедрение отдельных новых элементов хозяйствования, а как коренное изменение всей экономической системы. Он реализуется в условиях неопределенности и нестабильности всех общественных отношений и сам добавляет неопределенности и нестабильности – в этом сложность реформ»<sup>1</sup>.

Дестабилизация режима функционирования системы, выход ее из состояния равновесия вследствие возрастания дисфункций, перенапряжения наличных и резервных ресурсов (например, временных, природных, людских, трудовых, интеллектуальных), углубление в обществе кризисных яв-