

Задача выбора Уэйсона: репликация оригинального эксперимента

Научный руководитель – Миронов Андрей Сергеевич

Миронов А.С.¹, Пилькина А.Р.², Набиев Д.И.³, Петрова В.А.⁴, Афанасьев Е.В.⁵

1 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра общей психологии, Москва, Россия, *E-mail: asmirovov01@gmail.com*; 2 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Москва, Россия,

E-mail: asmirovov01@gmail.com; 3 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра общей психологии, Москва, Россия, *E-mail: asmirovov01@gmail.com*; 4 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова,

Факультет психологии, Москва, Россия, *E-mail: asmirovov01@gmail.com*; 5 - Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет психологии, Кафедра общей психологии, Москва, Россия, *E-mail: asmirovov01@gmail.com*

Раскрывая тему критического мышления в современной психологии и педагогике, многие исследователи отмечают его важность как для житейского, так и для научного мышления. Наиболее ярким примером работ на эту тему являются «Психология критического мышления» Д. Харвес. Автор уделяет большое внимание проблеме жизненной необходимости развития последнего в современном обществе в период глобализации.

Эта работа является репликацией оригинального исследования Филипа Джонсона-Лэйрда и Питера Уэйсона, посвящённого проверке гипотез, проведённого в отличающихся условиях, в частности в иной культуре (хотя и, гипотетически, незначительно отличающейся по показателям критического мышления), в иное время. Тем не менее, как и всякая репликация, данная работа старается ответить на вопрос, будет ли воспроизводиться оригинальный эффект.

В оригинальном эксперименте участникам предоставлялись четыре карточки с символами. На каждой карточке с двух стороны были написаны буква и цифра. Участникам сообщалось о правиле, которое подходило к данным карточкам: «Если на одной стороне карточки гласная буква, то на другой ее стороне - четное число» [2]. Испытуемые должны были выявить карточки, которые необходимо и достаточно перевернуть, чтобы проверить: верно это или нет. По результатам эксперимента было видно, что большая часть испытуемых дали неверные ответы.

Авторы исследования утверждают, что задание, данное испытуемым скорее обманчиво, чем сложно. Люди делают правильный выбор, руководствуясь неверными основаниями — пытаются подтвердить гипотезу, вместо того чтобы опровергнуть ее [2]. То есть, они неверно решали логическую задачу на импликацию $p = [U+02C3] q$ (силлогизм будет ложен только при условии, когда p (гласная буква) - истинно, но q (четное число) - ложно, соответственно, логически целесообразно для проверки правила на истинность - пытаться его опровергнуть, потому что доказать его истинность невозможно в заданных условиях)

Пытаясь разобраться в причинах того, что зачастую даже профессиональные логики не могли решить данную задачу, Филипу Джонсон-Лэйрд, Питеру Уэйсон вместе с Марией и Паоло Легренци провели аналогичный эксперимент, но с конкретным, а не с абстрактным содержанием. Вместо четырех карточек испытуемым выдавались четыре конверта, которые размещались перед ними следующим образом: «обратная сторона запечатанного конверта (p); обратная сторона незапечатанного конверта ($\text{не } p$); лицевая сторона конверта с адресом и 50-центовой маркой (q); лицевая сторона конверта с адресом и 40-центовой маркой ($\text{не } q$)». Задачей участников исследования являлось «выбрать те и только те письма, которые обязательно нужно проверить, чтобы понять, не нарушается ли установленное

правило». В результате подобного изменения в условии, так как 22 человека из 24 пришли к правильному ответу: р и “не q”, а в контрольном условии с абстрактным содержанием аналогичном указанному выше лишь 7 человек из 24 смогли прийти к правильному ответу.

Дизайн нашего эксперимента в основном соответствует оригинальному. Контрольное условие осталось без изменений, но экспериментальное, более конкретное, условие было модифицировано, так как задача с марками и конвертами для большинства людей утратила актуальность, и они стали редко взаимодействовать с данными предметами, было решено внести изменение и заменить конверты и марки на типы диет людей и блюда, находящиеся у них в тарелках. У людей, у которых подписаны их диеты блюда не видны, а у тех, у которых видны блюда - не подписаны диеты. Таким образом, мы получаем следующее соответствие элементам силлогизма: вегетарианец (р), не вегетарианец (не р), тарелка с овощами (q), тарелка с мясом (не q).

В пилотной части исследования-репликации приняло участие 96 человек ($n = 96$). Результаты показывают значимое влияние эффекта на ответы респондентов ($t(95) = 4.84$, $p < 0.001$), что соответствует результатам оригинального исследования.

Однако, это не снимает вопроса о причинах такого влияния. Авторы оригинального исследования склоняются к предположению, что людям сложнее даются абстрактные задачи, что, вероятно, верно. Но это не снимает вопрос о том, почему абстрактные задачи даются людям сложнее. На этот вопрос существуют различные ответы: от влияния социального значения правила до системности ситуации и количества внутренних связей.

Источники и литература

- 1) Халперн Д. Психология критического мышления. – Питер, 2000
- 2) Wason P.C, Johnson-Laird P.N. Psychology of reasoning: Structure and content. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1972. Гл.13, 14. С.171-193