

И. Л. Соломин

ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКАЯ ДИАГНОСТИКА СКРЫТОЙ МОТИВАЦИИ

Методическое руководство

Санкт-Петербург

2001

□ Методика психосемантической диагностики скрытой мотивации предназначена для выявления содержания и структуры потребностей человека, мотивов различных видов деятельности, осознанных и неосознаваемых отношений. Методика ориентирована на психологов, менеджеров, врачей, педагогов, социологов, политологов и других специалистов, испытывающих потребность в объективной диагностике скрытых мотивов и отношений конкретных людей и групп людей. В отличие от традиционных тестов и анкет методика психосемантической диагностики в значительной мере защищена от неискренности испытуемого.

Методическое руководство включает подробное описание процедуры использования модифицированных методов семантического дифференциала, репертуарных решеток и цветовых метафор для диагностики скрытой мотивации, принципы и примеры интерпретации результатов.

□ Оглавление

1. Проблема диагностики мотивации человека и психосемантические методы	4
2. Общая характеристика и основные этапы психосемантического исследования	6
2.1. Выделение объектов	6
2.2. Выделение признаков	7
2.3. Получение матрицы данных	7
2.4. Обработка данных	7
2.4.1 Нормирование матрицы данных	7
2.4.2. Получение матрицы сходства	8
2.4.3. Сокращение матрицы сходства	9
2.5. Интерпретация результатов	13
3. Базовые методы психосемантического исследования	14

3.1 Метод семантического дифференциала	14	
3.2 Техника репертуарных решеток	15	
3.3. Цветовой тест отношений	16	
4. Общие принципы изучения мотивации	17	
5. Использование методики семантического дифференциала для диагностики мотивов различных видов деятельности	18	
5.1. Общие положения	18	
5.2. Использование компьютерной программы OSGOOD	21	
Оценки понятий по шкалам	22	
Оценки понятий по факторам	23	
Нормированные расстояния между понятиями	24	
Дендрограмма понятий	25	
5.3. Основы интерпретации результатов методики семантического дифференциала	25	
Оценка достоверности	25	
Осознаваемые потребности	26	
Базовые потребности	26	
Степень удовлетворенности базовых потребностей	26	
Актуальные потребности в настоящем	26	
Отношение к будущему	26	
Отношение к себе	26	
Отношения к различным людям	27	
Отношение к различным видам деятельности	27	
Источники стресса	27	
Вытесняемые понятия	27	
5.4. Пример интерпретации результатов методики семантического дифференциала	27	
6. Использование методики репертуарных решеток для диагностики потребностей, возникающих в разных ситуациях	29	
6.1. Общие положения	29	
6.2. Использование компьютерной программы KELLY	32	
Оценки ситуаций по состояниям	33	
Средние оценки по ситуациям	33	
Средние оценки по состояниям	34	
Коэффициенты корреляции между состояниями	34	
Факторные нагрузки состояний	34	
Факторные оценки ситуаций	35	
Скатерграмма ситуаций	35	
6.3. Основы интерпретации результатов методики репертуарных решеток	36	
Оценка достоверности	36	
Наиболее эмоциогенные ситуации	36	
Наиболее выраженные потребности	36	
Характеристики представлений о своих потребностях	36	
Характеристики ситуаций, актуализирующих различные потребности	36	
Содержание текущих потребностей	37	
Содержание повседневных потребностей	37	

Отношение к различным ситуациям	37
6.4. Пример интерпретации результатов методики репертуарных решеток	37
7. Использование методики цветowych метафор для диагностики мотивов различных видов деятельности	39
7.1. Общие положения	39
7.2. Индивидуальная форма проведения	39
7.3. Групповая форма проведения	40
7.4. Интерпретация результатов	41
7.5. Пример интерпретации	42
8. Заключение	45
Литература	47
Приложение 1. Образец протокола программы OSGOOD	48
Таблица 1. Оценки понятий по шкалам	48
Таблица 2. Оценки понятий по факторам	48
Рис. 1. Дендрограмма понятий	49
Приложение 2. Образец протокола программы KELLY	50
Таблица 1. Оценки ситуаций по состояниям	50
Таблица 2. Средние оценки ситуаций	50
Таблица 3. Средние оценки состояний	51
Таблица 4. Факторные нагрузки состояний	51
Таблица 5. Факторные оценки ситуаций	52
Рисунок 1. Скатерграмма ситуаций	52
Приложение 3. Образцы протоколов программы Osgood и заключений по результатам диагностики мотивации сотрудников коммерческой фирмы	54
Ольга Б.	54
Александр В.	56
Виктор М.	58
Татьяна А.	60
Ли́дия Г.	62

□

1. Проблема диагностики мотивации человека и психосемантические методы

Мотивация является одной из основных детерминант поведения человека. Выбор профессии, места работы, супруга, круга общения, рода занятий, товаров или услуг, успешность учебной и трудовой деятельности - все это, так или иначе, связано с мотивационной сферой личности. Без знания потребностей и мотивов конкретных людей вряд ли возможно прогнозировать и корректировать их поведение и состояние. Кроме того, содержание и структура мотивации человека представляет собой существенный показатель и фактор состояния здоровья и адекватности поведения. Учет мотивов, отношений и потребностей человека необходим для эффективного психологического консультирования и психотерапии, профориентации, отбора и расстановки кадров, управления, образования, рекламы, пропаганды. Решение этих практических задач требует создания и совершенствования объективных, надежных и научно обоснованных методов диагностики мотивации человека. Между тем, методики исследования содержания и структуры мотивации личности наименее разработаны по сравнению с другими качествами личности.

В настоящее время для изучения различных аспектов мотивации человека наиболее часто используются анкетные методы. Однако опрос не всегда может дать объективную информацию о потребностях. Сложность изучения мотивов связана с тем, что прямые

методы диагностики, основанные на самоотчете, часто выявляют лишь осознаваемые, а не реально действующие мотивы. Кроме того, даже адекватно осознанные мотивы могут искажаться при тестировании вследствие различной их социальной желательности, что проявляется в маскировке порицаемых и демонстрации одобряемых мотивов.

Другим направлением диагностики мотивации человека являются проективные методы. Они разрешают проблему мотивационных искажений со стороны испытуемого, поскольку их истинное содержание остается для него скрытым. Однако использование проективных тестов является трудоемкой процедурой, а их достоверность и надежность в большой мере зависят от квалификации и опыта экспериментатора. Кроме того, разрешающая способность большинства проективных методик не позволяет использовать их для точных количественных измерений, допуская лишь качественное определение тех или иных черт. Таким образом, традиционные психодиагностические методы не позволяют с достаточной степенью точности выявлять содержание мотивации. Поэтому, актуальной задачей является поиск защищенных от неискренности испытуемого методов диагностики реальных его отношений к действительности.

В настоящее время в диагностике направленности личности интенсивно развивается третье направление - психосемантические методы. Методы экспериментальной психосемантики используются для измерения индивидуальной системы субъективных значений различных объектов для человека. Экспериментальная психосемантика возникла на границе разделов семиотики, психолингвистики, психологии восприятия и личности. Теоретические и методические основы экспериментальной психосемантики были заложены в работах американских психологов Чарльза Осгуда "Измерение значения" (1952) и Джорджа Келли "Психология личностных конструктов" (1955). В дальнейшем экспериментальные психосемантические методы получили широкое распространение за рубежом при исследовании самооценки, межличностных отношений, средств массовой информации и пропаганды, рекламы, искусства, дизайна, политики, в области клинической психологии, профессионального и семейного консультирования, в сфере образования. В 80-х годах появились первые книги по экспериментальной психосемантике на русском языке, написанные московскими психологами А.Г.Шмелевым, В.Ф.Петренко и В.И.Похилько [3; 4; 6; 10], а также первые переводы зарубежных книг по психосемантике [9]. В настоящее время в отечественной психологии психосемантические методы наиболее часто используются в консультировании и психотерапии [1], а также в социально-психологических исследованиях [5].

Рост популярности экспериментальных психосемантических методик обусловлен уникальными возможностями по изучению сознания человека. Действительно, психосемантические методы наиболее адекватны для исследования представлений человека о различных объектах действительности и отношений к ним, что составляет суть сознания. Условием эффективного использования психосемантических методик стала простая и удобная математическая модель индивидуального сознания - семантическое пространство. Семантическое пространство - это система признаков, описывающих объекты некоторой действительности. Различные признаки можно представить как координатные оси многомерного семантического пространства, объекты - как точки в этом пространстве, значения признаков этих объектов - как координаты или проекции точек на оси, а различия между объектами - как расстояния между точками.

Испытуемый в психосемантическом исследовании оценивает ряд объектов по специально разработанным шкалам. В отличие от традиционных психодиагностических методик результат испытуемого представляет собой не строку, а целую матрицу значений показателей, где в строках представлены оцениваемые объекты, а в столбцах - оценочные признаки. Матрица данных каждого испытуемого подвергается многомерному статистическому анализу с целью получения расчетных показателей и повышения наглядности результатов.

Таким образом, в психосемантике личность представляет собой не точку в многомерном пространстве объективных признаков, а целое пространство субъективных признаков, точки в котором представляют различные объекты действительности (Рис. 1, 2). Измерение субъективных значений основано не на межличностных, а на внутриличностных различиях, то есть, результаты оценки испытуемым некоторого объекта сравниваются не с результатами оценки этого объекта другими испытуемыми, не с групповой нормой.

Эталоном служат собственные оценки этим испытуемым других объектов.

Психосемантические методы направлены на диагностику не столько устойчивых поведенческих черт личности, сколько динамичных ситуационно обусловленных особенностей сознания. Поэтому, психосемантические методы не исключают, а дополняют традиционные психодиагностические методики, предназначенные для изучения поведения (анкеты) и бессознательных переживаний (проективные тесты), позволяя получить информацию о сознании человека.

Рис. 1. Пример представления о личности как точке в пространстве объективных признаков



Рис. 2. Пример представления о личности как пространстве субъективных признаков

Методы экспериментальной психосемантики традиционно используются для выявления отношений людей к себе и другим. Однако возможности психосемантического исследования не исчерпываются самооценкой и межличностными отношениями. Психосемантика позволяет получать информацию о любых представлениях и отношениях человека: профессиональных, национальных, политических, художественных и т.п.

2. Общая характеристика и основные этапы психосемантического исследования

Для эффективного освоения и использования методов психосемантической диагностики мотивации необходимо иметь представление об основных принципах психосемантического исследования вне зависимости от его содержания и задач. Так же, как и любое другое психосемантическое исследование, психосемантическая диагностика мотивации включает в себя выбор и формулирование оцениваемых понятий и оценочных признаков, сбор, обработку и интерпретацию данных. Поэтому в данной главе представлена краткая информация о психосемантической технологии в целом.

2.1. Выделение объектов

Любое психосемантическое исследование начинается с определения списка объектов, которые испытуемый должен оценивать. Чаще всего в качестве объектов выступают те или иные понятия, хотя иногда могут использоваться изображения, реальные предметы или люди. Выделение набора объектов определяется в первую очередь задачами исследования, а также интересами исследователя и его знаниями об изучаемой сфере сознания. Это могут быть, например, имена людей, названия профессий, национальностей, произведений искусства и т. п.

Существуют два основных требования к набору объектов. Во-первых, их оптимальное количество. Слишком малое число объектов (менее 7) приведет к невозможности вычисления мер сходства между признаками, удовлетворяющих требованиям статистической достоверности. Слишком большое число объектов (более 30-35) может вызвать утомление испытуемого и потребует разбиения процедуры обследования на несколько этапов. Второе требование – оптимальное разнообразие объектов, соответствие их состава содержанию исследуемой сферы сознания. Слишком малое разнообразие объектов приведет к искусственному ограничению семантического пространства, возможной потере существенных для испытуемого признаков, однообразию оценок. Слишком большое – затрудняет выбор адекватных признаков, делая признаки, пригодные для оценки одних объектов, непригодными для других.

2.2. Выделение признаков

Выделение набора признаков, которыми будет пользоваться испытуемый для оценки объектов, может быть реализовано в виде одного из двух вариантов. Каждый из этих вариантов имеет свои достоинства и недостатки.

Первый вариант предполагает предварительно сформулированный экспериментатором перечень оценочных шкал, одинаковый для всех испытуемых. Его преимуществом является возможность полной стандартизации методики и последующего сравнения результатов разных испытуемых. Однако в этом случае некоторые из признаков могут оказаться непонятными или несущественными для испытуемого, кроме того, в этом варианте испытуемому навязывается несвойственная ему структура семантического пространства. Во втором варианте оценочные признаки формулирует сам испытуемый. Этот вариант обеспечивает адекватность набора признаков структуре представлений испытуемого, однако ограничивает сопоставимость результатов, полученных разными людьми, поскольку каждый из них формулирует свой собственный перечень признаков. Кроме того, второй вариант более сложен для испытуемых и требует более высокого уровня образования и умственного развития.

2.3. Получение матрицы данных

Получение матрицы данных также может осуществляться в форме одного из двух вариантов. Первый вариант состоит в оценке испытуемым выраженности каждого признака у каждого объекта в баллах. Этот вариант обычно используется, если число оцениваемых объектов превышает 15. Количество баллов шкалы может быть произвольным. В простейшем случае испытуемый пользуется 2-балльной шкалой, отмечая лишь наличие или отсутствие каждого признака. Нежелательно использовать более чем 7-9-балльную шкалу, так как именно эта размерность шкалы не превышает разрешающей способности большинства людей в области оценочной деятельности.

Если число оцениваемых объектов менее 15, более предпочтительным является другой вариант, представляющий собой ранжирование всего набора объектов. В этом случае испытуемому предлагается расположить весь набор объектов в порядке возрастания или убывания выраженности каждого признака. При этом оценкой по соответствующему признаку будет порядковый номер объекта в полученном ряду. Этот вариант более сложен для испытуемого и непригоден при большом количестве объектов.

В результате обоих вариантов данные испытуемого представляются в виде прямоугольной таблицы N объектов на M признаков, в клетках которой находятся баллы или ранги.

2.4. Обработка данных

В большинстве случаев психосемантическое исследование предполагает достаточно сложную обработку данных, требующую использования компьютерной техники.

2.4.1 Нормирование матрицы данных

Люди существенно различаются по стилю оценивания. Одни предпочитают давать более высокие оценки всем объектам, другие – более низкие, одни стараются давать крайние, полярные оценки, другие – более умеренные, центральные. Субъективная точка отсчета (ноль) и единица измерения (деление шкалы) может отличаться не только у разных испытуемых, но даже по разным шкалам у одного и того же испытуемого. Поэтому если в исследовании использовались шкалы с числом градаций более 2, для того, чтобы уравнивать начало координат и цену деления осей, данные целесообразно нормировать. Такая индивидуальная стандартизация семантического пространства позволяет затем более эффективно сравнивать результаты разных испытуемых. Нормирование - это перевод балльных значений в доли среднеквадратичного отклонения относительно среднего арифметического. Оно осуществляется по формуле:

Z_i = (X_i - M) / sigma

где Xi – значение i объекта по данному признаку в баллах, M – среднее арифметическое значение всех объектов по этому признаку, S – среднеквадратичное отклонение значений по этому признаку. Среднеквадратичное или стандартное отклонение, представляющее собой меру изменчивости признака, рассчитывается по формуле:

sigma = sqrt((sum from i=1 to N of (Xi - M)^2) / N)

где Xi – значение i объекта по данному признаку в баллах, M – среднее арифметическое значение всех объектов по этому признаку, N - количество объектов. В результате этой нормирования начало координат каждой шкалы помещается в точку, соответствующую среднему арифметическому всех объектов (центрирование), а цена деления соответствует единице стандартного отклонения значений (масштабирование). Центрирование и масштабирование значений позволяет нивелировать межиндивидуальные и межпризнаковые различия в оценках объектов и дает возможность получить индивидуальную норму или эталон для измерения субъективных значений. Например, если испытуемый дает оценку некоторого объекта по 7-балльной шкале равную 5, мы не знаем, много это или мало. А если известно, что средняя арифметическая оценка этим испытуемым всех объектов по данной шкале равна 6 при стандартном отклонении равном 0.5, то мы видим, что нормированное значение оценки 5 равно -2, то есть, является очень низким.

2.4.2. Получение матрицы сходства

Матрица данных должна быть преобразована в матрицу сходства, состоящую из количественных показателей степени субъективного сходства каждого объекта со всеми другими объектами или каждого признака со всеми остальными признаками. Таким образом, матрица сходства представляет собой математическое выражение структуры ассоциаций в сознании человека. Чем больше сходство между объектами или признаками, тем более они связаны в сознании.

В случае если определяется сходство между объектами, наиболее адекватным показателем сходства является семантическое расстояние:

D_ij = sqrt(sum from k=1 to r of (X_ik - X_jk)^2)

где Dij – евклидово расстояние между точками i и j в r-мерном пространстве признаков, k – порядковый номер признака, Xik и Xjk – координаты точек i и j по k-измерению или значения k-признака i и j объектов. Чем больше сходство между объектами, тем меньше расстояние между соответствующими точками.

Матрица симметрична, поскольку Dij=Dji. Элементы главной диагонали, поскольку Dii=0. В случае корреляции признаков, более адекватным показателем сходства являются коэффициенты корреляции. Если объекты оцениваются с помощью шкалы с числом градаций более двух, используется коэффициент корреляции Пирсона:



Матрица представляет собой квадратную таблицу N*N, где N – количество объектов или признаков. Элементы главной диагонали, поскольку Dii=0. В случае корреляции признаков, более адекватным показателем сходства являются коэффициенты корреляции. Если объекты оцениваются с помощью шкалы с числом градаций более двух, используется коэффициент корреляции Пирсона:

Экстраверсия

$$R_{xy} = \frac{\sum_{i=1}^n}{n}$$

где ZX_i и ZY_i – нормированные значения X_i и Y_i , n – количество значений.

Если объекты оцениваются с помощью 2-балльной шкалы, используется коэффициент корреляции j . Если объекты ранжируются по соответствующим признакам, используется коэффициент ранговой корреляции Спирмена r .

Чем больше сходство между признаками, тем ближе абсолютное значение коэффициента корреляции к 1, чем меньше сходство, тем ближе коэффициент корреляции к 0. Знак коэффициента корреляции указывает на форму зависимости между признаками: прямо или обратно пропорциональную. Таким образом, матрица сходства между признаками представляет собой квадратную таблицу $M \times M$, симметричную относительно главной диагонали, элементы которой равны 1.

ПРИМЕЧАНИЕ. Не всегда для получения матрицы сходства между объектами необходимо предварительное получение матрицы данных. Некоторые методы экспериментальной психосемантики основаны на непосредственном получении матрицы сходства между объектами. К психосемантическим методам, позволяющим получить матрицы сходства между объектами без получения матрицы данных, относятся метод парных сравнений, метод классификации, метод цветowych метафор, ассоциативный метод и метод семантического радикала. В частности, используемый для диагностики мотивации метод цветowych метафор основан на обозначении объектов различными цветами. В том случае, если два объекта обозначаются испытуемым одним и тем же цветом, то они считаются сходными между собой. Процент испытуемых в группе, обозначивших эти объекты одним и тем же цветом, является более точным количественным показателем степени их сходства.

2.4.3. Сокращение матрицы сходства

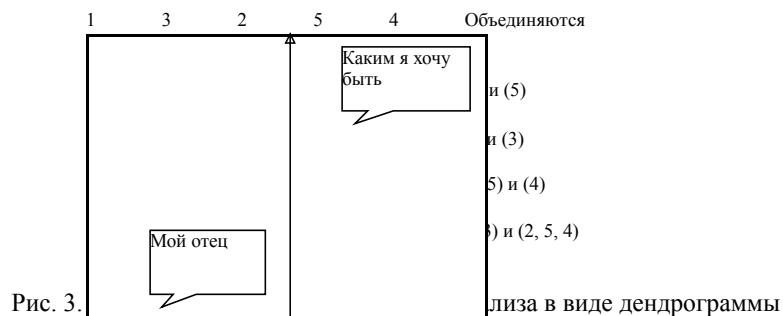
Матрица сходства содержит полную информацию о структуре ассоциаций в сознании человека. Однако непосредственный анализ матрицы сходства вызывает затруднения, связанные с ее большим объемом. Поэтому матрица сходства преобразуется в более простую форму представления информации, позволяющую более эффективно анализировать результаты психосемантического исследования. Дело в том, что объекты и признаки, представленные в сознании человека, определенным образом связаны между собой. Поэтому, переход от анализа отдельных объектов и признаков к их независимым группам дает возможность избавиться от избыточной информации. Сокращение матрицы сходства направлено на определение минимального количества независимых в сознании испытуемого объектов и признаков, определение их субъективной группировки и классификации испытуемым и получение наглядных и доступных для интерпретации результатов. Оно осуществляется с помощью методов многомерного статистического анализа. В зависимости от того, сокращается ли матрица сходства между объектами или между признаками, используется математический аппарат кластерного или факторного анализа.

2.4.3.1. Кластерный анализ

Кластерный анализ предназначен для объединения объектов, сходных по множеству признаков в группы или так называемые кластеры с помощью методов автоматической классификации или распознавания образов без учителя. Свое название кластерный анализ получил от английского слова «cluster», означающего гроздь. Если объекты располагаются в пространстве признаков неоднородно, то их можно сгруппировать. Существует большое количество алгоритмов кластерного анализа, к сожалению не всегда дающих одинаковые результаты. Простая кластеризация позволяет получить множество непересекающихся классов, исключающих друг друга, иерархическая кластеризация дает множество кластеров, включенных друг в друга в виде дерева, объединяя объекты в классы при различных уровнях сходства.

Достаточно простой, эффективный и наглядный алгоритм иерархического кластерного анализа заключается в последовательном попарном объединении наиболее сходных объектов. Среди матрицы расстояний $N \times N$ ищется пара наиболее близко расположенных точек. Соответствующие этим точкам объекты объединяются в кластер, причем, оба объекта, вошедшие в кластер, исключаются из дальнейшего анализа и заменяются одним. Вычисляются координаты точки, соответствующей этому кластеру и располагающейся точно посередине между двумя исходными точками. Пересчитываются расстояния между вновь полученным кластером и остальными объектами. Таким образом, матрица расстояний сокращается на 1. Затем алгоритм повторяется сначала. При этом могут объединяться как точки, соответствующие отдельным объектам, так и точки, представляющие кластеры уже объединившихся ранее объектов. Данная процедура повторяется до тех пор, пока не останется всего 2 кластера.

Результаты кластерного анализа могут быть наглядно представлены в виде дендрограммы, или дерева (Рис. 3), где различные ветви дерева соответствуют различным объектам и кластерам. Последовательное соединение ветвей выражает объединение соответствующих объектов или кластеров. При этом, чем ближе к вершине соединяются между собой ветви, тем более сходны между собой соответствующие этим ветвям кластеры. При этом не исключено, что кластер может состоять из одного единственного объекта, если он слишком отличается от всех остальных. Таким образом, результаты иерархического кластерного анализа объектов в форме дендрограммы являются графическим представлением структуры их субъективной группировки в сознании испытуемого. Наиболее сходные по множеству субъективных признаков объекты попадают в общие кластеры.



В примере дендрограммы на рисунке 3 объекты 1 и 3 объединяются в первый кластер, объекты 2, 5 и 4. При делении на три кластера первый объединит объекты 1 и 3, второй - объекты 2, 5 и 4. При делении на два кластера один из кластеров будет включать объекты 1, 3, а второй - объекты 2, 5 и 4. При делении на три кластера первый объединит объекты 1 и 3, второй - 2 и 5, а в третий кластер войдет объект 4. Перемещаясь по дендрограмме, можно последовательно выделять группы все более сходных объектов. При этом количество необходимых для интерпретации кластеров может определяться исходя из двух критериев. Во-первых, количество кластеров должно находиться в диапазоне от 5 до 9. При меньшем количестве кластеров в них может попадать слишком большое число объектов, в том числе и слишком разнородных, которые может быть трудно обобщить. Большее количество кластеров дает слишком дробную группировку, разводящую по разным кластерам на самом деле достаточно сходные объекты. Во-вторых, объекты, объединяющиеся на расстоянии менее 1 стандартного отклонения, являются достаточно близкими, и их следует считать объектами одного кластера. Разумеется, эти критерии являются условными и представляют собой лишь удобные эвристические правила, полученные на основании опыта интерпретации и не имеющие статистического обоснования.

2.4.3.2. Факторный анализ

Факторный анализ предназначен для объединения сходных между собой признаков в факторы. Фактор – это группа признаков, коррелирующих между собой и не коррелирующих с другими признаками. Если представить признак как вектор, задающий определенное измерение пространства, то коэффициент корреляции между признаками будет представлен как косинус угла между соответствующими векторами. Тогда коррелирующие признаки будут представлены косоугольными (облическими) векторами, а некоррелирующие – прямоугольными (ортогональными). Если представить фактор как ось пучка векторов, то проекция вектора признака на ось фактора будет нагрузкой этого признака на фактор, которая тем больше, чем сильнее коррелирует с фактором данный признак. Если множество коррелирующих признаков разделяется на несколько подмножеств, образуя несколько пучков векторов, то их можно объединить в несколько соответствующих факторов, которые объясняют определенную долю дисперсии данных. В каждый фактор будут входить показатели, имеющие максимальную абсолютную нагрузку на данный фактор. Графическая иллюстрация принципа факторного анализа представлена на Рис. 4. Рисунок наглядно демонстрирует корреляцию признаков 1, 2 и 3 между собой, что позволяет объединить их в фактор F1, а также отсутствие корреляции признаков 1, 2 и 3 с признаком 4. При этом, поскольку признак 1 в большей степени коррелирует с фактором F1, проекция вектора V1 на ось F1 больше, чем проекция вектора V4.

Рис. 4. Пример графического выражения факторного анализа.

Существует большое количество алгоритмов факторного анализа, наиболее простым из которых является метод главных компонент, основанный на вычислении собственных значений и собственных векторов матрицы корреляций между признаками. В результате факторного анализа матрица коэффициентов корреляции между признаками $M \times M$ преобразуется в матрицу факторных весов или нагрузок M признаков на L факторов, где $L \ll M$ (Рис. 5). Факторы упорядочены по уменьшению процента вклада в суммарную дисперсию или количества признаков, входящих в них, то есть, первый фактор является наиболее информативным и включает наибольшее число признаков, второй – меньшее число и т. д. В каждый фактор включается столько процентов признаков, сколько процентов дисперсии он описывает.

□

Матрица коэффициентов корреляции между признаками						Матрица факторных нагрузок признаков		
						Признаки	Факторы	
Признаки	1	2	M		F1	F2
1						1		
2						→ 2		
...						...		
...						...		
M						M		
						% вклада		

Рис. 5. Табличное выражение факторного анализа

Фактор идентифицируется признаками, входящими в него с максимальными по абсолютной величине факторными весами. Признаки, входящие в один фактор, коррелируют с другими признаками, входящими в этот фактор и не коррелируют с признаками, включенными в другие факторы. Таким образом, факторы независимы между собой, то есть, ортогональны и образуют прямоугольные оси субъективного многомерного семантического пространства признаков. Поскольку, чем больше номер фактора, тем меньше показателей в него входит, количество факторов ограничивается номером фактора, в который еще входит более одного признака.

Число факторов зависит от количества и разнообразия субъективных признаков и определяет размерность семантического пространства. Как правило, для интерпретации результатов психосемантического исследования бывает достаточно первых двух-трех факторов, объединяющих наибольшее количество признаков. Поэтому, для упрощения можно ограничиться вычислением нагрузок признаков лишь на первые несколько факторов. В этом случае о размерности семантического пространства косвенно можно судить по информативности первого фактора. Чем больше признаков он включает, тем меньше их в оставшихся факторах и тем меньше размерность семантического пространства. Поскольку факторы соответствуют действительно независимым субъективным признакам, их можно представить как прямоугольные оси координат. Тогда каждому объекту соответствует некоторая точка, проекции которой на оси координат выражают значение факторных оценок данного объекта. Графическое представление объектов в виде точек в пространстве двух независимых признаков называется двухмерной диаграммой рассеивания, или скатерграммой (Рис. 6).

□

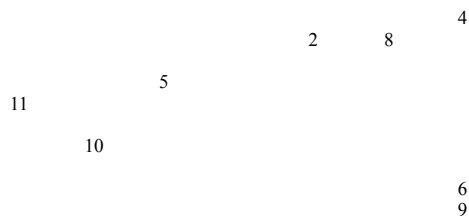


Рис. 6. Пример результатов факторного анализа в виде скатерграммы

Чем ближе между собой две точки в двухмерном пространстве факторов, тем больше сходство соответствующих этим точкам объектов. Положение точки относительно оси фактора характеризует степень выраженности соответствующего этому фактору признака у данного объекта. В примере, представленном на Рис. 6, видно, что объекты разделяются на три группы: первая группа включает в себя объекты 3, 1, 5, 11 и 10, вторая группа объединяет объекты 7, 4, 2 и 8, в третью группу включаются объекты 6 и 9. Поскольку расположение точек в пространстве субъективных признаков наглядно отображает структуру представлений человека о различных объектах действительности, скатерграмма в психосемантическом исследовании представляет собой своего рода семантическую карту сознания.

2.5. Интерпретация результатов

Интерпретация результатов экспериментального психосемантического исследования представляет собой наиболее эвристический, наименее алгоритмизированный этап, зависящий от содержания исследуемой области сознания. На данный момент можно выделить лишь два более или менее формальных принципа, универсальных для любого психосемантического метода - это принципы общего смысла и маркировки.

Первый принцип основан на поиске смысла, который является общим для кластера или фактора. Этот общий смысл необходимо обозначить некоторым термином, который так или иначе обобщал бы входящие в группу объекты или признаки и мог бы служить их заместителем при дальнейшем анализе результатов.

Второй принцип состоит во включении в состав объектов или признаков тех объектов или признаков, смысл которых для экспериментатора не вызывает сомнения. Такие понятия могут служить своего рода маркерами, образцами или ориентирами в семантическом пространстве, по отношению к которым определяется смысл остальных объектов или признаков. Практически любое понятие может выступать в качестве маркера по отношению к другим понятиям. Выбор маркеров определяется задачами исследования. Фактически принцип маркировки заключается в опоре не на абсолютные значения объектов и признаков, а на соотношения между ними. И если некоторый признак коррелирует с определенным эталонным признаком, значит, он нагружен тем же смыслом, что и эталон. Если некоторый объект расположен достаточно близко от эталонного, значит, они идентифицируются испытуемым.

Например, если в одну группу у испытуемого попадают такие объекты, как «Приятный человек» и «Мой друг», то мы можем сделать вывод об их субъективной идентификации в сознании и о том, что испытуемый считает своего друга приятным человеком. В данном случае объект «Приятный человек» выступает в качестве маркера или эталона, который несет смысл позитивного эмоционального отношения к людям. И все объекты, которые располагаются вблизи «Приятного человека», скорее всего, воспринимаются испытуемым так же, как и он.

Выбор и использование новых маркеров в психосемантическом исследовании является определенным искусством, которым можно овладеть в процессе учебных занятий или практической деятельности под руководством более опытных специалистов. В данном методическом руководстве представлены способы работы с готовыми маркерами, предназначенными для диагностики мотивации, потребностей и эмоциональных отношений.

3. Базовые методы психосемантического исследования

Методики психосемантической диагностики мотивации представляют собой модифицированные варианты методов семантического дифференциала, репертуарных решеток и цветового теста отношений. Поэтому для полноценного освоения и использования психосемантических методов в целях диагностики мотивации необходимо знать основные

характеристики базовых методов экспериментальной психосемантики.

3.1 Метод семантического дифференциала

Метод семантического дифференциала, разработанный Чарльзом Осгудом, предназначен для измерения значений, которые различные объекты имеют для разных лиц. Имеются в виду то уникальное значение, которое данный объект приобрел для конкретного лица в результате его индивидуального опыта в отличие от общепринятого значения. Семантический дифференциал позволяет получить количественные характеристики эмоционального отношения испытуемого к объектам практически любого типа, выраженным в форме понятий.

Классическая процедура семантического дифференциала, предложенная Осгудом, состоит в оценке интересующего исследователя набора понятий с помощью 7-балльных шкал, полюса которых представлены прилагательными-антонимами типа "большой - маленький", "горячий - холодный" и т.п. Для выделения минимального количества измерений Осгудом был проведен факторный анализ большого числа шкал. В результате было получено 3 основных универсальных семантических фактора. В первый фактор с максимальными весами вошли такие шкалы, выражающие эмоциональную привлекательность объектов, как "хороший - плохой", "приятный - противный", "красивый - уродливый" и т.п. Этот фактор был назван фактором оценки или ценности (evaluation). Второй фактор включил шкалы типа "большой - маленький", "сильный - слабый", "твердый - мягкий" и т.п., характеризующие субъективную степень влияния объектов на человека. Этот фактор получил название фактора силы или потенции (potention). Наконец, третий фактор объединил шкалы "быстрый - медленный", "активный - пассивный", "горячий - холодный" и др., соответствующие степени динамичности, изменчивости объектов во времени. Этот фактор был обозначен как фактор активности (activity).

Конечно, в различных исследованиях были получены и другие факторы, однако факторы ценности, потенции и активности выделялись при оценке самых разных понятий группами людей, различающимися по полу, возрасту, национальности, языку, образованию, профессиональной принадлежности, состоянию здоровья, что позволило Осгуду говорить об универсальности этих факторов. Вывод о принципиальной 3-мерности семантического пространства был первым его шагом, направленным на разработку методики семантического дифференциала, а группировка и суммирование шкал по факторам стали первым существенным отличием семантического дифференциала от традиционной методики полярных профилей.

Второй шаг Осгуда заключался в представлении факторов как прямоугольных осей семантического пространства, понятий - как точек, координаты которых в этом пространстве или проекции их на оси факторов соответствуют значениям понятий, а расстояния между точками являются показателем различия между понятиями. Таким образом, вычисление семантического расстояния в качестве меры сходства профилей стало вторым существенным отличием методики семантического дифференциала от полярных профилей.

Не существует стандартного набора шкал и понятий. Их выбор определяется задачами исследования. Наряду с универсальными шкалами, позволяющими сравнить понятия практически любой природы, в том числе и довольно далекие по содержанию, разработаны модификации методики семантического дифференциала, включающие шкалы, описывающие черты личности (личностный дифференциал), составленные из различных изображений (невербальный дифференциал) и т.д. Эти варианты семантического дифференциала, хотя и предназначены для диагностики отношений к более узкому кругу объектов, тем не менее, тоже базируются на двух основных постулатах Осгуда - трехмерности семантического пространства и использовании семантического расстояния в качестве меры сходства объектов.

Выделение единой для всех системы оценочных признаков упрощает процедуру экспериментального психосемантического исследования. Семантический дифференциал может служить инструментальной мерой самых различных психических явлений. Например, расстояние между понятиями "Какой я есть на самом деле" и "Каким я хотел бы быть" позволяют судить об уровне самооценки и удовлетворенности собой, расстояние между понятиями "Я" и "Мой отец" - о степени идентификации себя с другим человеком и т.д. В заключение приведем слова А.М.Эткинда, в какой то мере проясняющие проективный механизм действия семантического дифференциала: "Конструкция семантического дифференциала, заставляющая шкалировать объект по неприложимым к нему признакам, освобождает испытуемого от ограниченности реальными свойствами объекта и дает ему свободу для выражения своего субъективного к нему отношения". Таким образом, именно метафорический характер использования шкал семантического дифференциала дает возможность оценивать любые объекты и сравнивать эмоциональное отношение к ним.

3.2 Техника репертуарных решеток

В отличие от семантического дифференциала, созданная Джорджем Келли методика репертуарных решеток использует не заданные экспериментатором, а предложенные самим испытуемым шкалы. И даже если состав шкал определен заранее для всех испытуемых, учитывается их индивидуальная субъективная группировка, полученная в результате факторного анализа. Таким образом, репертуарные решетки предполагают обязательную в каждом конкретном случае факторизацию признаков, по которым испытуемый оценивает набор объектов.

Классическая процедура теста репертуарных решеток, разработанная Келли, заключается в следующем. Испытуемому предъявляется тройка из набора объектов. Затем его спрашивают, какой из этих трех объектов наиболее отличается от двух остальных. Далее испытуемый должен сформулировать, по какому признаку оставшиеся два объекта сходны между собой и, напротив, по какому признаку они отличаются от третьего объекта. Наконец, испытуемому предлагается оценить все объекты из предложенного списка по степени выраженности сформулированного им самим признака (оценочная решетка) или ранжировать их по величине этого признака (ранговая решетка). Потом предъявляется другая тройка объектов, и процедура повторяется сначала. И так заданное число раз. При этом каждый раз испытуемый должен придумывать и называть признаки, не повторяющие ранее сформулированных. В соответствии с терминологией Келли, объекты, которые оценивает испытуемый, называются элементами, а оценочные признаки - личностными конструктами. Личностный конструкт представляет собой индивидуальный биполярный признак, пригодный для сравнения некоторой совокупности объектов.

Существуют как общие для всех людей признаки, так и признаки уникальные для каждого конкретного человека. Человек является активным исследователем, не просто усваивающим извне готовые оценочные средства. Он сам сравнивает, выдвигает и проверяет гипотезы. Следовательно, человек имеет собственные конструкты, непохожие на групповые, что представляет наибольший интерес для экспериментатора. В этом заключается принцип индивидуальности при исследовании конструктов.

Принцип биполярности требует учета смысла противоположного полюса конструкта. Конкретизация содержания признака состоит в том, что для определения объекта необходимо знать не только то, чем он является, но и то, чем он не является. Таким образом, конструкт отличается от концепта тем, что задает не просто шкалу наименований, а как минимум, шкалу порядка.

Наконец, принцип диапазона пригодности заключается в том, что каждый конструкт может быть применим лишь к ограниченному набору элементов. Конструкты, полученные на определенном множестве элементов, могут различаться по степени проницаемости.

Недостаточно проницаемые конструкты применимы только к некоторым элементам набора, в то время как избыточно проницаемые конструкты применимы к элементам, выходящим за пределы набора. Следовательно, управляя набором элементов, можно вызывать различные по уровню обобщенности конструкты. Поэтому, репертуар элементов должен быть с одной стороны достаточно полным, чтобы образовать исследуемую область сознания, а с другой стороны элементы должны быть достаточно однородны, чтобы не вызывать избыточно проницаемых конструктов. Особое значение имеют факторы, которые рассматривают как групповые конструкты с ограниченной проницаемостью, соответствующие обобщенным аффективным реакциям.

Чем большее количество признаков использует человек при сравнении и оценке объектов некоторой области действительности, тем более дифференцирована его система представлений и отношений в этой области. Однако число независимых конструктов не равняется количеству сформулированных испытуемым признаков. Дело в том, что человек может называть различные признаки, но сходным образом оценивать с их помощью ряд объектов. Количественным показателем степени сходства между признаками служит коэффициент корреляции между ними. В том случае, если множество признаков коррелирует между собой и не коррелирует с другими признаками, они объединяются в фактор, который соответствует действительно независимому субъективному признаку или личностному конструкту. Количество таких факторов является показателем так называемой когнитивной сложности. Однако когнитивная сложность человека неодинакова в различных сферах его жизнедеятельности и не представляет собой постоянной черты этого человека. Например, человек может иметь низкую когнитивную сложность в сфере межличностных отношений и высокую когнитивную сложность в области спорта и т.п.

Методики семантического дифференциала и репертуарных решеток, не смотря на большое количество сходных черт, присущих любой психосемантической методике, различаются рядом существенных особенностей. Семантический дифференциал основан на использовании готового единого для всех набора оценочных шкал с известной факторной структурой, в то время как в репертуарных решетках, даже если используются заданные экспериментатором стандартные признаки, требуется их факторизация. Шкалы семантического дифференциала можно рассматривать как избыточно проницаемые

конструкты, позволяющие сравнивать совершенно разнородные объекты. Репертуарные же решетки требуют формулирования адекватно проницаемых конструктов, пригодных для оценки, прежде всего, объектов заданного диапазона. Наконец, семантический дифференциал позволяет более эффективно диагностировать отношения человека к различным объектам, аффективную сторону его сознания, тогда как репертуарные решетки направлены, прежде всего, на выявление структуры представлений человека о заданных объектах, более точно улавливая когнитивные аспекты сознания.

3.3. Цветовой тест отношений

Цветовой тест отношений (ЦТО), разработанный Александром Эткинсом, был предназначен для диагностики эмоциональных отношений человека к значимым для него людям. В ЦТО испытуемый подбирает к каждому человеку из заранее составленного списка подходящие цвета из набора теста Люшера. ЦТО имеет 2 варианта: полный и сокращенный.

В полном варианте испытуемому предлагается проранжировать 8 цветов теста Люшера в порядке их соответствия каждому человеку из заранее составленного списка. Затем испытуемый раскладывает эти цвета в порядке предпочтения. Далее для каждого человека из списка вычисляется коэффициент ранговой корреляции между раскладкой цветов, соответствующей этому человеку, и раскладкой цветов, ранжированных в порядке предпочтения испытуемым. Коэффициент корреляции является показателем эмоционального отношения испытуемого к данному человеку – чем он больше, тем лучше отношение.

В сокращенном варианте ЦТО испытуемый подбирает из 8 цветов один самый подходящий для каждого человека из списка. Затем все 8 цветов ранжируются испытуемым в порядке предпочтения. Для каждого человека из списка определяется, какое место занимает соответствующий ему цвет в раскладке по степени привлекательности. Это место (ранг привлекательности цвета) является показателем эмоционального отношения испытуемого к данному человеку.

Содержание отношения испытуемого к человеку определяется общепсихологическим смыслом того цвета, который выбран испытуемым в качестве подходящего для данного человека.

4. Общие принципы изучения мотивации

Прежде, чем приступить к изучению психосемантических методов диагностики мотивации, следует познакомиться с основными теоретическими положениями, касающимися изучения мотивации, и определить основные понятия, которые связаны с мотивационной сферой. Мотивация представляет собой систему мотивов различных видов деятельности. Мотивы – это осознаваемые или неосознаваемые переживания, которые обусловлены потребностями и побуждают к деятельности, направленной на их удовлетворение. В свою очередь, потребности представляют собой состояния зависимости от условий, необходимых для существования и развития индивида и личности.

Существует большое количество классификаций человеческих потребностей. Ряд потребностей характеризует особенности человека как биологического существа. К ним относятся потребности в тепле, в кислороде, в воде, в пище, в выделении. Другие потребности являются промежуточными между биологическими и социальными. Это сексуальные потребности, потребности в заботе о потомстве, в сенсорных впечатлениях, в двигательной активности, в безопасности. Наконец, часть потребностей характеризует специфику личности человека. Это коммуникативные и познавательные потребности, потребности в любви, власти и самоутверждении, потребности в реализации творческих возможностей, в достижении успеха, нравственные и эстетические потребности. Адекватной мерой интенсивности потребностей является частота актуализации этих потребностей в различных ситуациях. Человек может характеризоваться высокой силой какой-либо потребности вообще, но в конкретной ситуации она может не проявляться. И наоборот, слабо развитая потребность может обостриться в какой-то конкретной ситуации. При этом, чем в более широком классе ситуаций возникает данная потребность, тем с большей вероятностью она характеризует устойчивую черту личности человека.

Мотивы личности представляют собой функцию двух переменных. С одной стороны, они обусловлены устойчивыми особенностями личности, связанными с потребностями, с другой – они зависят от содержания ситуаций, в которых проявляются эти потребности. Поэтому в процессе психосемантической диагностики мотивации важно различать базовые и актуальные потребности.

В качестве базовых мы будем рассматривать устойчивые потребности, которые являются существенной характеристикой человека, определяются его личностью и слабо зависят от внешних обстоятельств, в которых человек может находиться. Базовые потребности определяют содержание интересов и увлечений человека, его стремления и общую направленность личности, то, что является наиболее важным в жизни человека. Отсутствие базовых потребностей может указывать на утрату интересов, безразличие и подавленное

состояние человека. Удовлетворение базовых потребностей является условием эмоционального благополучия человека. Их неудовлетворение в настоящем и отсутствие ожиданий на удовлетворение их хотя бы в будущем может приводить к состоянию повышенной эмоциональной напряженности, беспокойству, нестабильному поведению и стремлению компенсировать их.

Актуальными мы будем считать ситуационно обусловленные потребности, которые возникли под влиянием внешних обстоятельств. Актуальные потребности являются менее стабильными, чем базовые, и могут дополнять их. При неудовлетворенных базовых потребностях актуальные потребности являются формой их компенсации. Актуальные потребности определяют, чем озабочен человек в данный момент, что он вынужден делать. Любая деятельность человека характеризуется наличием нескольких побуждающих мотивов, обусловленных соответствующими потребностями и организованных в определенную иерархическую структуру. Например, направленность на учебную или профессиональную деятельность может быть вызвана самыми разными потребностями: познавательными, социальными, утилитарными. Базовые потребности могут быть наиболее сильными и значимыми мотивами различных видов деятельности. Актуальные потребности могут быть вторыми по силе и степени значимости мотивами деятельности после базовых. Потребности, не являющиеся базовыми или актуальными, наименее значимы и мотивируют к деятельности в гораздо меньшей степени.

Соотношение между мотивами меняется при переходе от одного вида деятельности к другому, поэтому при изучении мотивации человека необходимо учитывать не столько каждый мотив сам по себе, сколько место данного мотива среди других. В свою очередь, каждая потребность может побуждать к различным видам деятельности, которые могут быть направлены на ее удовлетворение. Кроме того, необходимо учитывать, что мотивы не только предшествуют деятельности, но могут развиваться и изменяться в ходе ее освоения и реализации.

Мотивационная сфера личности охватывает феномены потребностей, побуждений, склонностей, интересов, ценностей, установок, позиций. Она тесно связана с системой отношений человека к различным аспектам действительности: к другим людям, к самому себе, к своей деятельности и т. д. В структуре отношений одними из наиболее значимых являются отношение к своему будущему, к себе и к различным видам деятельности. Отношение к будущему характеризуется ожиданиями, надеждами, намерениями, планами, представлениями человека о том, что с ним может произойти, что он будет делать. Отношение к себе определяет, кем человек себя считает, с кем себя идентифицирует, к какой категории людей себя относит. Отношение к различным видам деятельности характеризует наличие, силу и содержание побуждений к соответствующим видам деятельности и содержание возникающих в связи с ними переживаний.

5. Использование методики семантического дифференциала для диагностики мотивов различных видов деятельности

5.1. Общие положения

При использовании модифицированного варианта методики семантического дифференциала испытуемому предлагается оценить с помощью набора шкал ряд понятий, характеризующих различные виды деятельности человека, некоторые условия деятельности, цели и задачи, ценности и потребности, которые могут быть как общими для всех людей, так и специфическими для некоторых их категорий или даже для конкретных индивидов.

Например, для диагностики мотивации к работе может использоваться следующий список понятий:

☐ Достижение успеха
Мое прошлое
Общение с людьми
Моя учеба
Мое будущее
Мое увлечение
Неудача
Интересное занятие
Мое настоящее
Моя фирма
Личная независимость
Моя работа
Я

Занятия бизнесом
 Признание окружающими
 Неприятности
 Сотрудники фирмы
 Моя семья
 Мое свободное время
 Угроза
 Моя профессия
 Руководство фирмы
 Материальное благополучие
 Моя карьера
 Выполнение обязанностей
 Моя заработная плата
 Другие фирмы
 Выгода
 Болезнь
 Мои друзья
 Творчество

□

Список понятий может модифицироваться в зависимости от конкретной задачи. Составление списка понятий осуществляется исходя из принципов, описанных в разделе 2.1 и 2.5.

Благодаря предварительно подготовленному списку понятий методика может быть настроена на решение любой задачи с учетом ее конкретных целей и условий. В списке понятий могут быть представлены такие категории, как виды деятельности (моя работа, моя учеба, моя профессия, занятия бизнесом, свободное время, общение с людьми, творчество и т.п.), потребности и ценности (мое увлечение, интересное занятие, материальное благополучие, выгода, общение с людьми, мои друзья, моя семья, любовь, свобода, власть, признание окружающими, моя карьера, достижение успеха, выполнение обязанностей, творчество и др.), негативные события и переживания (неудача, угроза, неприятности, болезнь и т.п.), отдельные люди и группы людей (я, мои друзья, моя семья, сотрудники фирмы, руководство фирмы, моя фирма, другие фирмы и др.), а также различные эт.Фактор 1 ного пути (мое прошлое, мое настоящее, мое будущее). Конечно, некоторые пс г быть представлены в разных категориях, поскольку они могут характеризовать одновременно и деятельность, и ценность, и общность людей.

Семантическая близость понятий характеризует сходство эмоциональных отношений к ним испытуемых, степень субъективной идентичности понятий, которая выражается в сходстве профилей их шкальных оценок. Поскольку ряд понятий выражает некоторые человеческие потребности, то степень их близости с понятиями, которые обозначают определенные виды деятельности, характеризует соответствующие потребности как мотивы данных видов деятельности. Таким образом, расстояния между эмоционально значимыми понятиями могут быть показателями потребностей, удовлетворение которых мотивирует конкретные виды деятельности. Ранжируя ряд понятий, характеризующих потребности человека, по степени их близости к интересующему нас понятию, выражающему некоторую деятельность, можно оп.Фактор 2 дующие мотивы, их иерархию для любого вида деятельности.

Например, чем меньше расстояние между понятием "моя профессия" и такими понятиями как "мое будущее", "мое увлечение", "интересное занятие", "достижение успеха", "уважение окружающих", "выполнение требований", "материальное благополучие" и др., тем более выражена профессиональная направленность человека, поскольку понятие профессии при этом идентифицируется с заведомо значимыми для большинства людей понятиями. Причем, чем теснее та или иная ценность связана с деятельностью, тем больший удельный вес соответствующей потребности в побуждении к этому виду деятельности.

Рис. 7 иллюстрирует пример результатов диагностики отношения испытуемого к своей работе. Результаты свидетельствуют о том, что семантическое расстояние между понятиями «Моя работа» и «Интересное занятие» значительно больше, чем расстояние между понятиями «Моя работа» и «Неприятности». Следовательно, мы можем предположить, что работа в сознании испытуемого ассоциируется скорее с неприятностями, чем с интересным занятием. Таким образом, работа, скорее всего, не вызывает у испытуемого интереса.

□

Рис. 7. Пример результатов диагностики отношения испытуемого к своей работе

При разработке модифицированной методики семантического дифференциала предварительно из множества шкал, предложенных Осгудом, был выбран набор из 18 шкал, с наибольшим весом входящих в факторы ценности, потенции и активности. С целью нивелировать тенденции испытуемого к определенному позиционному стилю ответов шкалы чередуются по принадлежности к факторам и положению полюсов шкал в прямом и обратном порядке. Оценки понятий по каждому фактору вычисляются усреднением оценок по каждой из 6 включенных в него шкал.

Табл. 1. Шкалы модифицированного варианта методики семантического дифференциала

Левый полюс шкалы	Правый полюс шкалы	Направление возрастания значений шкалы: + слева направо, - справа налево	Фактор		
			Ценность (Е)	Потенция (Р)	Активность (А)
Печальное	Радостное	+	ü		
Глубокое	Мелкое	-		ü	
Холодное	Горячее	+			ü
Приятное	Противное	-	ü		
Тяжелое	Легкое	-		ü	
Медленное	Быстрое	+			ü
Горькое	Сладкое	+	ü		
Сильное	Слабое	-		ü	
Спокойное	Бурное	+			ü
Хорошее	Плохое	-	ü		
Маленькое	Большое	+		ü	
Активное	Пассивное	-			ü
Грязное	Чистое	+	ü		
Мягкое	Твердое	+		ü	
Бодрое	Вялое	-			ü
Красивое	Уродливое	-	ü		
Нежное	Суровое	+		ü	
Острое	Тупое	-			ü

Для уменьшения вклада межиндивидуальных различий в центрирование и масштабирование семантического пространства факторные оценки каждого понятия нормируются, то есть,

представляются в единицах стандартного отклонения от среднего арифметического значения всех понятий по данному фактору. Таким образом, координаты точки отсчета семантического пространства каждого испытуемого соответствуют математическому ожиданию значений по соответствующим факторам, а единица измерения по каждому фактору приравнивается стандартному отклонению значений по этому фактору.

Индивидуальная стандартизация семантического пространства позволяет более эффективно сравнивать расстояния между понятиями у разных испытуемых, выражая их не в виде условных балльных оценок шкалы семантического дифференциала, а в виде долей индивидуального размаха оценок. Ведь каждый испытуемый в действительности пользуется своей субъективной шкалой, не совпадающей с предъявляемой, проявляя тенденцию к завышению или занижению оценок всех понятий, к большей или меньшей их поляризации, задавая тем самым подлинные границы используемого семантического пространства. Поэтому, расстояния между понятиями также вычисляются в долях стандартного отклонения оценок.

Наконец, для наглядного представления данных о степени сходства между понятиями используется иерархический кластерный анализ, основанный на алгоритме последовательного попарного объединения и выражающий результат в виде дендрограммы понятий.

5.2. Использование компьютерной программы OSGOOD

Программа OSGOOD предназначена для автоматизации получения и обработки данных модифицированной методики семантического дифференциала с целью диагностики мотивов различных видов деятельности. Программа выполняет следующие функции:

- поддержка баз данных психосемантической диагностики мотивации,
- ввод и редактирование списка оцениваемых понятий,
- предъявление инструкции испытуемому,
- предъявление понятий и шкал на мониторе и регистрация ответов испытуемого,
- ввод ответов испытуемого с бланков при помощи клавиатуры,
- сохранение ответов испытуемого в базе данных,
- обработка полученных результатов и вывод их на монитор, принтер или в текстовый файл на диск.

Использование программы начинается с выбора имеющейся базы данных или создания новой базы. При создании новой базы данных может быть использован стандартный список оцениваемых понятий, либо вводится другой список в соответствии со специфическим содержанием решаемой задачи. Затем в базу добавляется запись о новом испытуемом, и вводятся его анкетные данные. Далее испытуемый садится за компьютер и ему предъявляется следующая инструкция.

Инструкция испытуемому

“Вам будут предлагаться понятия, которые нужно оценивать при помощи набора шкал. Предположим, что Вы оцениваете понятие “Мое будущее” при помощи следующей пары прилагательных: “Печальное 1 2 3 4 5 6 7 Радостное”. В соответствии с Вашим представлением выберите цифру от 1 до 7, наиболее точно соответствующую степени выраженности данного качества для предлагаемого понятия. Нажмите клавишу с этой цифрой, после чего появится следующая пара прилагательных. Когда Вы оцените данное понятие по всем шкалам, будет предъявлено следующее понятие и т. д. Этот тест предназначен для исследования Ваших представлений, поэтому Ваши ответы не могут оцениваться как правильные или неправильные. Отвечайте так, как считаете нужным. Если Вы ошиблись и хотите вернуться к предыдущей оценке, то при очередном ответе нажмите на клавишу “Esc””.

Пример предъявления оцениваемого понятия и оценочной шкалы на экране компьютера представлен на Рис. 8.

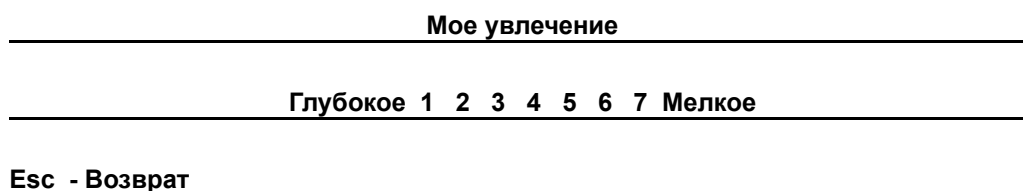


Рис. 8. Пример предъявления оцениваемого понятия и оценочной шкалы на экране

компьютера.

При необходимости испытуемый может использовать для регистрации ответов стандартные бланки, входящие в комплект методики, либо заранее подготовленные специалистом, который проводит диагностику, бланки с нестандартным набором понятий. В этом случае специалист должен сам ввести зарегистрированные испытуемым ответы с бланков в программу. Процедура использования бланков для регистрации ответов позволяет провести диагностику одновременно большего количества испытуемых в том случае, если отсутствует достаточное количество компьютеров. Однако использование бланков имеет два недостатка. Во-первых, в процессе заполнения бланков испытуемый имеет возможность контролировать свои предыдущие ответы и корректировать свои оценки понятий с учетом того, как он уже отвечал ранее. В то время как в компьютерном варианте регистрации испытуемый не видит, какие ответы он давал ранее. Во-вторых, ввод ответов с бланков в компьютер специалистом требует дополнительных затрат времени и сил и может быть дополнительным источником ошибок. Поэтому процедура ввода ответов в компьютер непосредственно испытуемым является более предпочтительной.

После того, как ответы испытуемого введены в компьютер, можно получить обработанные результаты. В Приложении 1 представлен образец протокола обследования испытуемого по программе OSGOOD. В протокол включается следующая информация: оценки понятий по шкалам, оценки понятий по факторам, нормированные расстояния между понятиями, дендрограмма понятий.

Оценки понятий по шкалам

Результатом первого этапа обработки данных является получение таблицы шкальных оценок понятий (Приложение 1, табл. 1), в ячейках которой представлены оценки в баллах от 1 до 7 каждого из понятий по каждой из шкал, перекодированные в соответствии с положением полюсов шкал. Таблица позволяет визуально проконтролировать ответы испытуемого и отбраковать заведомо недостоверные. Так, если какое-либо понятие оценивалось по всем 18 шкалам только одним центральным баллом, равным 4, или только крайними баллами, равными 1 и 7, то оценку этого понятия следует считать недостоверной и исключить из дальнейшего анализа. Причиной такого оценивания может быть:

отказ испытуемого от искренних ответов,
его неспособность к точной оценке понятий в силу индивидуальных особенностей,
чрезмерная эмоциогенность понятия.

ПРИМЕЧАНИЕ. Таблица оценок понятий по шкалам, представленная в протоколе, непригодна для повторного ввода ответов вручную, поскольку ее данные перекодированы по ключу и уже не совпадают с теми клавишами, которые нажимал испытуемый в процессе обследования.

Оценки понятий по факторам

Следующим этапом обработки является получение оценок каждого понятия по каждому из 3 основных факторов. Для каждого понятия приводится два показателя по каждому фактору: среднее арифметическое и стандартное отклонение (Приложение 1, табл. 2).

Первый показатель – среднее арифметическое – вычисляется усреднением всех оценок данного понятия по всем 6 шкалам, включенным в соответствующий фактор. Среднее арифметическое является собственно координатой понятия по данному фактору. Следует помнить, что координаты понятий в семантическом пространстве являются относительными и зависят от точки отсчета и единицы измерения субъективных шкал, индивидуальных для каждого испытуемого. Кроме того, на этом этапе обработки на результат могут значительно влиять мотивационные искажения со стороны испытуемого вследствие либо недостаточно адекватного осознания им соответствующих ценностей, либо нежелания правдиво сообщить о них экспериментатору. Поэтому оценки понятий по факторам не могут служить достаточно объективным показателем подлинного и глубинного отношения человека к различным видам деятельности и потребностям. Однако данная информация свидетельствует, во-первых, об осознаваемом уровне отношения к соответствующим видам деятельности, ценностям и людям, во-вторых, о демонстрируемых испытуемым установках. Таким образом, если мы упорядочим понятия по фактору ценности, то получим иерархию потребностей и видов деятельности, которую испытуемый осознает сам и которой делится с экспериментатором. Понятия, которые получили максимальные оценки по фактору ценности, признаются испытуемым наиболее эмоционально привлекательными.

Стандартное отклонение является показателем устойчивости оценок понятия по данному фактору, косвенно свидетельствующим о степени надежности этих оценок. О недостаточно надежных оценках свидетельствуют стандартные отклонения, превышающие 1.5. Большое количество понятий, имеющих стандартное отклонение факторных оценок выше 1.5, может указывать на затруднения оценочной деятельности испытуемого и является признаком

снижения надежности получаемых результатов. Стандартные отклонения, равные 0, говорят либо о повышенной ригидности испытуемого, либо о его низкой разрешающей способности в области оценочной деятельности, либо о нежелании давать откровенные ответы. Дополнительной информацией таблицы факторных оценок понятий являются среднее арифметическое и стандартное отклонение оценок всех понятий по каждому фактору, которые задают действительный центр и границы индивидуального семантического пространства. Средние значения всех понятий по каждому фактору задают координаты центра тяжести всех точек в семантическом пространстве и определяют среднее смещение оценок понятий относительно арифметического центра 7-балльной шкалы семантического дифференциала. Стандартные отклонения значений всех понятий по каждому фактору задают масштаб семантического пространства, новую индивидуальную единицу измерения, в большинстве случаев не совпадающую с градациями 7-балльной шкалы.

Данные показатели выполняют две функции. Во-первых, они служат основой для последующего центрирования и масштабирования факторных оценок понятий для каждого испытуемого, что позволяет более эффективно сравнивать между собой результаты разных испытуемых. Во-вторых, они характеризуют индивидуальный стиль оценочной деятельности испытуемого и демонстрацию социальных установок.

Так, чем выше среднее арифметическое оценок всех понятий по фактору ценности, тем в большей степени испытуемый демонстрирует позитивное отношение к набору понятий в целом. Для стандартного набора понятий среднее арифметическое оценок понятий по фактору ценности более 5.0 свидетельствует о стремлении продемонстрировать принятие общесоциальных ценностей. Среднее арифметическое оценок всех понятий по фактору ценности менее 4.4, особенно, если оно меньше среднего арифметического оценок всех понятий по факторам активности и потенции, может указывать на демонстрацию негативного отношения к социальным ценностям.

Чем выше стандартное отклонение факторных оценок всех понятий, тем в большей степени мы можем характеризовать индивидуальный стиль оценочной деятельности испытуемого как импульсивный, и самого испытуемого как склонного к крайним решениям. Для фактора ценности нормальным является диапазон стандартных отклонений от 1.0 до 1.2, для факторов потенции и активности он составляет от 0.5 до 1.0. При меньших значениях стандартное отклонение может указывать на затруднения испытуемого, ответов, чрезмерную осторожность и стремление к защите.

Нормированные расстояния между понятиями

Следующим этапом обработки является вычисление семантических расстояний между понятиями. Поскольку, факторные оценки понятий предварительно нормируются, то расстояния между понятиями вычисляются не в баллах шкалы семантического дифференциала, а в долях стандартного отклонения. Нормированные факторные оценки понятий в меньшей степени поддаются произвольному контролю со стороны испытуемого и более защищены от мотивационных искажений. Еще в большей степени это касается не абсолютных факторных оценок, соответствующих значениям координат понятий в семантическом пространстве, а разностей координат, представленных семантическими расстояниями и выражающих различия соответствующих понятий.

Чем меньше расстояние между двумя понятиями, тем более сходно отношение к ним испытуемого. Условно можно принять, что расстояние между двумя понятиями менее 1 стандартного отклонения характеризует очень сходные, практически идентичные для испытуемого понятия.

Расстояния между понятиями могут служить точными количественными показателями мотивов различных видов деятельности. То есть, чем меньше расстояние между понятием, которое характеризует интересующий нас вид деятельности, и понятием, обозначающим определенную потребность, тем с большей вероятностью мы можем предположить, что данная потребность является мотивом данного вида деятельности. Например, если мы хотим определить мотивацию учебной деятельности, то нам необходимо получить расстояния между понятием «Моя учеба» и такими понятиями, как «Мое увлечение», «Интересное занятие», «Выгода», «Общение с людьми», «Моя карьера», «Творчество», «Достижение успеха» и т. п. Те из них, которые наиболее близки к понятию «Моя учеба», и являются наиболее существенными мотивами учебной деятельности. Однако если ни одна потребность не является достаточно близко расположенной к учебной деятельности, то мы вынуждены предположить, что мотивация данного вида деятельности является слабой, испытуемый не имеет значимых мотивов учебы и не заинтересован в ней.

Нормированные расстояния между понятиями представлены в виде таблицы, каждая строка и столбец которой соответствуют оцениваемым понятиям. Нумерация строк и столбцов соответствует нумерации понятий. Для каждого понятия, выраженного в виде строки или столбца, мы можем определить, с какими другими понятиями оно в наибольшей степени связано в сознании испытуемого. Для каждого понятия можно расположить все остальные

понятия по степени близости с ним. Таким образом, таблица нормированных расстояний между понятиями предоставляет исчерпывающую информацию о структуре ассоциаций между ними. Однако большое количество показателей затрудняет практическое использование полной матрицы расстояний. Для получения выводов по данным семантического дифференциала более удобным способом представления результатов является дендрограмма.

Дендрограмма понятий

Дендрограмма понятий (Приложение 1, Рис. 1) представляет собой результат кластерного анализа матрицы нормированных расстояний между понятиями. Дендрограмма позволяет наглядно представить информацию о сходстве понятий. Каждое понятие представлено в дендрограмме пронумерованной ветвью. Объединение этих ветвей происходит на разных уровнях сходства. Чем меньше расстояние между понятиями, тем выше уровень сходства. Расстояние между понятиями, выраженное в долях стандартного отклонения, представлено слева от дендрограммы. В результате объединения понятий образуются кластеры или группы понятий. Таким образом, весь набор понятий может быть представлен как совокупность кластеров.

Количество кластеров и входящих в них понятий зависит от того, какое расстояние для объединения мы выберем. Уменьшая расстояние, мы увеличиваем количество кластеров и уменьшаем количество входящих в них понятий. Опыт показывает, что для удобства анализа и интерпретации результатов семантического дифференциала достаточно выделить от 5 до 9 кластеров понятий. Кроме того, если понятия объединяются на расстоянии менее 1 стандартного отклонения, их следует считать объектами одного кластера.

Интерпретация дендрограммы основана на следующих принципах. В том случае, если два понятия попадают в один кластер, можно предположить, что они идентифицируются испытуемым, испытуемый одинаково к ним относится. При этом, если одно понятие соответствует некоторой потребности, а другое - характеризует какую-либо деятельность, вероятно, что данная потребность является мотивом соответствующей деятельности. Кластеры могут объединять несколько потребностей и видов деятельности. В том случае, если в кластер попадает некоторое эталонное понятие, смысл которого для экспериментатора достаточно ясен, то все остальные понятия этого кластера оказываются нагруженными этим же смыслом.

О расстоянии между любыми двумя понятиями косвенно можно судить по дендрограмме, устанавливая, на каком уровне соединяются соответствующие этим понятиям ветви. Для каждого понятия, представленного ветвью с соответствующим номером, можно определить, какие из остальных понятий, представленных пронумерованными ветвями, являются ближайшими к нему. Таким образом, для любого интересующего нас вида деятельности можно определить его ведущие мотивы, зная, какие потребности наиболее близко отстоят от этой деятельности. В свою очередь, для любой потребности из представленного списка понятий можно узнать, к каким видам деятельности побуждает эта потребность.

5.3. Основы интерпретации результатов методики семантического дифференциала

Использование модифицированного варианта методики семантического дифференциала и программы OSGOOD позволяет получить подробную характеристику мотивационной сферы человека.

Оценка достоверности

Для оценки достоверности результатов диагностики используются данные разделов «Оценки понятий по шкалам» и «Оценки понятий по факторам» протокола программы OSGOOD. Показателями, свидетельствующими о нарушении достоверности полученных результатов, являются следующие признаки:

- наличие понятий, которые испытуемый оценивает по всем шкалам четырьмя баллами,
- наличие понятий, которые оцениваются по всем шкалам только единицами или семерками,
- большое количество понятий, характеризующихся стандартными отклонениями оценок по двум или более факторам более 1.5,
- большое количество понятий, характеризующихся стандартными отклонениями факторных оценок равными 0.

Осознаваемые потребности

Для получения информации об осознаваемых потребностях следует определить понятия, характеризующиеся максимальными оценками по фактору ценности в разделе протокола «Оценки понятий по факторам». Осознаваемые потребности испытуемого могут

соответствовать или не соответствовать его реальным потребностям.

Базовые потребности

О базовых потребностях можно судить на основе того, какие потребности попадают в кластеры с такими понятиями как «Мое увлечение» и «Интересное занятие». Данные понятия являются маркерами или эталонами заведомо устойчивых и значимых потребностей. Предполагается, что любой здоровый человек характеризуется наличием тех или иных увлечений и интересов, к которым он относится, безусловно, позитивно. И те понятия, которые ассоциируются с увлечениями и интересами, также воспринимаются как увлекательные и интересные. В том случае, если понятия «Мое увлечение» и «Интересное занятие» не связаны с какими бы то ни было потребностями и видами деятельности, можно предположить наличие у испытуемого депрессивного состояния.

Степень удовлетворенности базовых потребностей

Показателем полной удовлетворенности базовых потребностей в данное время у испытуемого является объединение понятий «Мое увлечение» и «Интересное занятие» в одном кластере с понятием «Мое настоящее». В этом случае предполагается, что испытуемый в данный момент имеет возможность удовлетворения базовых потребностей, и настоящее воспринимается им как вполне интересное и увлекательное. Отсутствие связи между интересами и увлечениями испытуемого с одной стороны и его представлениями о настоящем с другой стороны свидетельствует о его фрустрации, затруднениях в удовлетворении базовых потребностей. Однако если при этом интересы и увлечения ассоциируются в сознании испытуемого с будущим, то мы можем сделать вывод о наличии у него ожиданий, надежд, планов или намерений на удовлетворение базовых потребностей в будущем. Если же в качестве наиболее интересного и увлекательного испытуемый считает свое прошлое, то это говорит о том, что базовые потребности удовлетворялись ранее.

Актуальные потребности в настоящем

Актуальные потребности можно выявить на основе того, какие из них попадают в один кластер с понятием «Мое настоящее». Понятие «Мое настоящее» является маркером того, что является для человека актуальным в данное время, чем он озабочен сейчас. Поэтому можно предположить, что потребности, которые ассоциируются у испытуемого с данным понятием, обусловлены влиянием настоящей ситуации.

Отношение к будущему

Определяется теми потребностями, видами деятельности и людьми, которые попадают в один кластер с понятием «Мое будущее».

Отношение к себе

Характеризуется видами деятельности, потребностями, эмоциональными переживаниями и людьми, которые попадают в один кластер с понятием «Я»

Отношения к различным людям

Включает в себя виды деятельности, потребности и эмоциональные переживания, попадающие в кластеры с понятиями «Мой начальник», «Мои сотрудники», «Мои друзья», «Моя семья» и т. д.

Отношение к различным видам деятельности

Включает потребности и эмоциональные переживания, попадающие в кластеры, содержащие понятия «Моя профессия», «Моя работа», «Моя учеба», «Занятия бизнесом» и т. п.

Отношение к своей организации и другим фирмам

В качестве основных показателей лояльного отношения испытуемого к своей организации можно считать близкое расстояние между понятиями «Я» и «Моя фирма», «Моя работа» и «Моя фирма», «Моя фирма» и «Мое увлечение», «Моя фирма» и «Интересное занятие», «Моя фирма» и «Мое настоящее», «Моя фирма» и «Будущее». Кроме того, о лояльности может свидетельствовать отсутствие связи между понятием «Другие фирмы» с одной стороны и понятиями «Я», «Моя работа», «Мое будущее», «Выгода» и т. п. с другой стороны.

Источники стресса

Виды деятельности, события и люди, попадающие в один кластер с такими понятиями «Неприятности», «Неудача», «Угроза», «Болезнь» и т.п., могут указывать на источники стресса испытуемого.

Вытесняемые понятия

Иногда отдельные понятия не включаются ни в какие кластеры и остаются изолированными. Это свидетельствует об отсутствии ассоциаций данных понятий с другими в сознании

испытуемого. Одной из причин такой изолированности может быть полное безразличие испытуемого к тому, что стоит за данным понятием. Однако, возможно и иное объяснение данного феномена. В том случае, если понятие символизирует для испытуемого нечто сверхзначимое, то все, что с ним связано, может вызывать у него болезненные переживания. В этом случае испытуемый будет стараться не думать об источнике страданий, не замечать его, игнорировать, вытесняя тем самым из сознания соответствующее понятие. Поскольку большинство понятий, которые используются в методике семантического дифференциала, характеризуют те или иные общечеловеческие ценности, маловероятно, что испытуемый будет к ним совершенно равнодушен. Поэтому изоляция тех или иных понятий, наиболее вероятно, свидетельствует об их вытеснении. Однако следует учитывать, что список оцениваемых с помощью методики семантического дифференциала понятий всегда ограничен, и отсутствие связей того или иного понятия с другими понятиями, входящими в список, вовсе не означает отсутствия связи этого понятия с другими понятиями, которые не вошли в данный список. Следовательно, выводы о наличии вытеснения тех или иных понятий из сознания испытуемого должны иметь предположительный характер, и не всегда свидетельствуют о наличии у человека комплексов болезненных переживаний.

5.4. Пример интерпретации результатов методики семантического дифференциала

Интерпретация результатов обследования испытуемого, протокол которого приведен в Приложении 1, приводится в учебных и демонстрационных целях. Она снабжена комментариями, поясняющими, исходя из каких соображений были сделаны те или иные выводы. Поэтому она не является заключением и не может служить образцом заключения.

Результаты принадлежат Фактору ценности (Е) у - мужчине в возрасте 31 года.

а) На основании данных о его оценках понятий можно говорить, что понятия оцениваются испытуемым достаточно надежно (стандартные отклонения факторных оценок редко превышают 1.5).

б) Испытуемый предпочитает давать несколько завышенные оценки большинству предложенных понятий (их значения лежат в диапазоне от 4 до 5), что характеризует положительное отношение к основным человеческим ценностям и является типичным для нормальной популяции.

в) Умеренный размах оценок различных понятий в семантическом пространстве (стандартные отклонения по каждому из факторов находятся в диапазоне от 1 до 1.5) свидетельствует об отсутствии у испытуемого зажатости или импульсивности в стиле оценивания.

г) Из предложенного списка потребностей и видов деятельности испытуемый считает наиболее важным для себя удовлетворение материальных и познавательных потребностей, поскольку максимальные значения по фактору ценности имеют понятия "Мое увлечение" (2), "Интересное занятие" (6), "Материальное благополучие" (14), "Чтение книг" (18) и "Научная работа" (22). Наиболее низко оценивается понятие "Мое будущее" (1), что связано, видимо, с пессимистическим отношением к собственным перспективам.

д) Дальнейшие выводы основаны на дендрограмме понятий. Объединение понятий, находящихся между собой на расстоянии не более 1 стандартного отклонения семантического пространства, позволяет выделить 9 кластеров понятий. Первые три кластера представляют собой отдельные понятия "Общественная работа" (25), "Военная служба" (20) и "Мое будущее" (1), которые являются изолированными в сознании испытуемого и не связаны с какими-либо потребностями и видами деятельности.

Четвертый кластер объединяет понятия "Общение с людьми" (4), "Мое настоящее" (7), "Моя учеба" (10) и "Моя работа" (9), общим смыслом которых является текущее состояние дел, связанное со служебными контактами, но достаточно безразличное для испытуемого, не включенное в структуру значимых ценностей.

Пятый кластер, включающий "Избегание неприятностей" (5), "Выполнение требований" (17), "Мое прошлое" (13) и "Общение с друзьями" (23), отражает чувство долга, распространяющееся преимущественно на сферу дружеского общения испытуемого и его прошлую жизнь.

Шестой кластер связан с ведущими целями и ценностями испытуемого и состоит из понятий "Мое увлечение" (2), "Материальное благополучие" (14), "Научная работа" (22), "Занятия спортом" (11), "Продвижение по службе" (15), "Достижение успеха" (3) и "Личная независимость" (8), характеризующих общую направленность испытуемого на повышение общественного положения.

В седьмой кластер входят понятия "Интересное занятие" (6), "Признание окружающих" (12) и "Мое здоровье" (21), свидетельствующие, по всей видимости, о дополнительном интересе испытуемого к своему здоровью как средству социальной адаптации.

Наконец, в последних двух кластерах, представляющих собой пары понятий, не имеющих четкой связи между ценностями и видами деятельности, проявляются, вероятно, не мотивы,

а ассоциации между представлениями. Это связь между понятиями “Высшее образование” (19) и “Моя семья” (24) с одной стороны и связь между понятиями “Моя профессия” (16) и “Чтение книг” (18) с другой стороны.

е) Наиболее тесно связаны с понятием “Мое увлечение” (2) понятия “Научная работа” (22), “Материальное благополучие” (14), “Занятия спортом” (11), “Продвижение по службе” (15), “Достижение успеха” (3) и “Личная независимость” (8). С понятием “Интересное занятие” (6), в свою очередь, связаны понятия “Признание окружающих” (12) и “Мое здоровье” (21). Следовательно, личность испытуемого можно охарактеризовать как направленную не только на удовлетворение познавательных и материальных потребностей, как можно было бы считать на основании факторных оценок понятий, отражающих непосредственно осознаваемые ценности, но и на повышение социального положения, которое, судя по данным факторных оценок, недостаточно осознается испытуемым. То есть, потребность в самоутверждении для испытуемого более важна, чем он об этом думает и говорит, что может быть источником глубоких внутриличностных и межличностных конфликтов в ситуациях, связанных с депривацией этой потребности. Однако ведущими мотивами испытуемого являются все-таки достижение материальной обеспеченности и склонность к научной работе.

ж) Основными моментами отношения к понятию “Моя профессия” (16) у испытуемого является, видимо то, что она является условием “Чтения книг” (18). Понятие же “Моя работа” (9), равно как и “Моя учеба” (10), рассматриваются им, прежде всего, как средство “Общения с людьми” (4). Работа и профессия с точки зрения испытуемого не связаны между собой и имеют очень мало общего с научной деятельностью, к которой он так стремится, то есть, не имеют действительно сильных мотивов, связанных с удовлетворением ведущих потребностей человека. То есть, профессиональная и служебная деятельность испытуемого побуждается, прежде всего, коммуникативными потребностями, не занимающими важного места в общей иерархии его потребностей. Неудовлетворение материальной потребности в трудовой деятельности испытуемого неизбежно вызывает состояние фрустрации и поиск других способов ее удовлетворения, включая смену места работы либо совмещение нескольких работ.

з) Для испытуемого характерно практически полное отсутствие связи понятия “Мое будущее” (1) с другими понятиями, свидетельствующее об отсутствии четких планов и перспектив на будущее в сознании испытуемого, может вызывать состояние тревоги и нестабильность поведения. Отсутствие включения понятий, связанных с интересами и увлечениями, в область понятия “Мое настоящее” (7) говорит о неудовлетворенности жизненно важных потребностей в настоящее время в какой бы то ни было сфере жизнедеятельности, что подтверждает состояние фрустрации испытуемого. Настоящее связано в сознании испытуемого лишь с контактами на работе, а прошлое – лишь с выполнением долга, даже в дружеском общении.

6. Использование методики репертуарных решеток для диагностики потребностей, возникающих в разных ситуациях

6.1. Общие положения

В модифицированном варианте методики репертуарных решеток в качестве оцениваемых объектов или элементов выступают названия различных жизненных ситуаций, а оценочными признаками или конструктами служат те или иные переживания, которые являются субъективными индикаторами различных потребностей. Испытуемый должен для каждой из списка ситуаций оценить, как часто встречается в указанной ситуации каждое из списка субъективных состояний.

Ситуации представляют собой различные сферы жизнедеятельности человека, включая его работу, быт, досуг, общение с различными людьми, конфликты, болезни и т.д., а состояния являются субъективными индикаторами различных биологических и социальных потребностей: пищевых, половых, потребностей в безопасности, чувственных впечатлениях, двигательной активности, сне и отдыхе, эмоциональных контактах, самоутверждении и др. Подсчет частоты встречаемости различных состояний позволяет определить интенсивность соответствующих потребностей в различные периоды жизни человека и в разных сферах его деятельности.

В результате предварительного исследования были составлены тестовые списки, позволяющие, во-первых, представить наиболее типичные биологически и социально значимые ситуации, характерные для большинства здоровых взрослых людей обоего пола в оптимальных условиях существования, во-вторых, отразить всевозможные субъективные состояния, соответствующие эмоциональным реакциям на эти ситуации и характеризующие актуализацию потребностей разного уровня. Из исходных списков были исключены

элементы, во-первых, слабо дифференцирующие испытуемых, то есть, указываемые слишком редко или часто и имеющие малую дисперсию, во-вторых, сильно коррелирующие между собой, то есть, не несущие самостоятельной смысловой нагрузки. Из исходных списков были исключены элементы, во-первых, слабо дифференцирующие испытуемых, то есть, указываемые слишком редко или часто и имеющие малую дисперсию, во-вторых, сильно коррелирующие между собой, то есть, не несущие самостоятельной смысловой нагрузки. Таким образом, был составлен список из 23 ситуаций:

- ☐
- Вечером после работы
- Среди друзей
- Во время ссоры
- В детстве
- В выходной день
- В незнакомой компании
- Когда я болею
- Сегодня
- Наедине с собой
- С мужчинами
- С женщинами
- На работе
- В большинстве случаев
- В интимной обстановке
- В трудной ответственной ситуации
- Когда я занят увлекательным делом
- Со своими родителями
- Когда я читаю
- В постели
- В кругу семьи
- При денежных затруднениях
- Во время праздничного застолья
- Когда меня критикуют
- ☐

и 26 состояний (Табл. 2), который выступает в качестве базового и может модифицироваться в зависимости от задач исследования.

Табл. 2. Перечень субъективных состояний, являющихся индикаторами различных потребностей и входящих в модифицированный вариант методики репертуарных решеток

Состояние	Потребности								Эмоциональное благополучие
	В климатическом комфорте	Пищевая	Половая	В отдыхе	Во впечатлениях	В безопасности	В общении	В самоутверждении	
Чувствую себя бодрым и полным сил				-					
Хочется вкусно поесть		+							
Рад общению							+		
Тревожно на душе						+			
Мне жарко	+								
Чувствую усталость и желание отдохнуть				+					

Получаю удовольствие									-
Хочется побыть одному							-		
Мне скучно					+				
Хочется подышать свежим воздухом	+								
Я спокоен и уверен в себе							-		
Нуждаюсь в понимании, сочувствии и поддержке							+		
Я мерзну	+								
Хочется тишины и покоя				+					
Возмущаюсь									+
Стараюсь сохранить независимость								+	
Чувствую физическое влечение			+						
Настроение грустное									+
Хочется выпить чаю или кофе		+							
Стремлюсь познакомиться поближе							+		
Хочется повеселиться					+				
Я волнуюсь и нервничаю						+			
Хочется побыть вместе							+		
Обижаюсь									+
Хочется выспаться				+					
Мне неприятно									+

Таким образом, данные модифицированного варианта методики представляют собой оценочную решетку с заданными экспериментатором элементами и конструктами. Дальнейшая обработка решетки состоит в следующем. Ситуации представляются в качестве элементов репертуарной решетки, а состояния потребностей - в качестве конструктов. Далее вычисляются коэффициенты линейной корреляции между конструктами, характеризующие сходство состояний человека. Группы сходных состояний объединяются в факторы, соответствующие независимым с точки зрения испытуемого параметрам собственного состояния. Субъективная классификация потребностей отображается в матрице факторных нагрузок состояний. Затем рассчитывается матрица факторных оценок ситуаций, характеризующая, какое субъективное состояние возникает под влиянием той или иной ситуации. Наконец, строится скатерграмма, отражающая субъективную группировку различных жизненных ситуаций по критерию актуализируемых ими потребностей (Рис. 9). При этом факторы состояний служат в качестве осей координат семантического пространства субъективных состояний. Расположение ситуаций в этом пространстве позволяет визуально определить, какие потребности преимущественно актуализируются в различных типах ситуаций.

Рис. 9. Пример результатов диагностики потребностей испытуемого в различных ситуациях

6.2. Использование компьютерной программы KELLY

Программа KELLY предназначена для автоматизации получения и обработки данных модифицированной методики репертуарных решеток с целью диагностики потребностей. Программа выполняет следующие функции:

- поддержка баз данных психосемантической диагностики потребностей,
- ввод и редактирование списка оцениваемых ситуаций и состояний,
- предъявление инструкции испытуемому,
- предъявление ситуаций и состояний на мониторе и регистрация ответов испытуемого,
- ввод ответов испытуемого с бланков при помощи клавиатуры,
- сохранение ответов испытуемого в базе данных,
- обработка полученных результатов и вывод их на монитор, принтер или в текстовый файл на диск.

Использование программы начинается с выбора имеющейся базы данных или создания новой базы. При создании новой базы данных может быть использован стандартный список оцениваемых ситуаций и состояний, либо вводится другой список в соответствии со специфическим содержанием решаемой задачи. Затем в базу добавляется запись о новом испытуемом, и вводятся его анкетные данные. Далее испытуемый садится за компьютер и ему предъявляется следующая инструкция.

Инструкция испытуемому

"Вашей задачей будет оценка вашего самочувствия в различных жизненных ситуациях. В ответ на каждую из списка ситуаций Вам необходимо представить некоторую конкретную ситуацию, характерную для Вашего образа жизни. Если какая-нибудь из этих ситуаций нетипична для Вас или вообще не встречалась в Вашей жизни, постарайтесь вообразить, как бы Вы себя чувствовали, если бы она произошла. Для каждой ситуации необходимо оценить, как часто в ней возникает каждое из предложенного списка состояний.

Описание ситуаций предъявляется в верхней строчке, а описание состояний – в нижней строчке. Выберите цифру от 1 до 4, соответствующую частоте встречаемости данного состояния в предложенной ситуации, и нажмите клавишу с этой цифрой, после чего будет предъявлено следующее состояние. Когда Вы оцените данную ситуацию по всем состояниям, будет предъявлена следующая ситуация и т. д. Если Вы ошиблись и хотите отказаться от введенного ответа, нажмите на клавишу "Esc" для возврата к предыдущему описанию".

Пример предъявления ситуации и состояния на экране компьютера представлен на Рис. 10.

Мне скучно	Никогда	Редко	Часто	Всегда
1	2	3	4	

Esc - Возврат

Рис. 10. Пример предъявления оцениваемой ситуации и состояния на экране компьютера.

При необходимости испытуемый может использовать для регистрации ответов стандартные бланки, входящие в комплект методики, либо заранее подготовленные специалистом, который проводит диагностику, бланки с нестандартным набором ситуаций и состояний. В этом случае специалист должен сам ввести зарегистрированные испытуемым ответы с бланков в программу.

После того, как ответы испытуемого введены в компьютер, можно получить обработанные результаты. В Приложении 2 представлен образец протокола обследования испытуемого по программе KELLY. В протокол включается следующая информация: оценки ситуаций по состояниям, средние оценки по ситуациям, средние оценки по состояниям, коэффициенты корреляции между состояниями, факторные нагрузки состояний, факторные оценки ситуаций, скатерграмма ситуаций.

Оценки ситуаций по состояниям

Таблица включает оценки частоты встречаемости каждого из состояний в каждой из ситуаций (Приложение 2, табл. 1). Таблица позволяет визуально проконтролировать ответы испытуемого. Так, если в какой-либо ситуации все состояния испытуемым оцениваются одинаково (вся строка состоит из одних и тех же цифр), оценку этой ситуации следует считать недостоверной и исключать ее из дальнейшего анализа. Если оценка частоты встречаемости какого-либо состояния для всех без исключения ситуаций одинакова и равна 1 или 4 (весь столбец состоит из единиц или из четверок), то оценка такого состояния также должна считаться недостоверной и при интерпретации не рассматриваться. Недостоверность результатов может быть связана с нежеланием испытуемого давать откровенные ответы, с его низкой способностью дифференцировать собственные состояния в разных ситуациях либо с высокой эмоциональностью некоторых ситуаций.

Средние оценки по ситуациям

В таблице для каждой ситуации приводится среднее арифметическое и стандартное отклонение оценок по всем состояниям. Первый показатель – средняя частота встречаемости различных состояний – является косвенным показателем эмоциональности ситуации, то есть, количества и степени выраженности эмоциональных переживаний, которые в ней возникают. В том случае, если среднее арифметическое для какой-либо ситуации существенно выше, чем для остальных ситуаций, это свидетельствует о том, что данная ситуация оценивается испытуемым как особенно значимая. Второй показатель - стандартное отклонение оценок - отражает степень разнообразия возникающих в данной ситуации состояний, поляризации субъективных индикаторов потребностей, косвенно свидетельствующую о степени эмоционального дискомфорта, фрустрации, внутренних конфликтов в данной ситуации. Ситуации, характеризующиеся максимальным стандартным отклонением оценок, как правило, представляют наибольшие сложности для испытуемого.

Общая средняя оценка частоты встречаемости различных состояний по всем ситуациям указывает на общую эмоциональную напряженность испытуемого, то есть, на суммарное количество и степень выраженности различных эмоциональных реакций, возникающих у испытуемого безотносительно к содержанию потребностей и ситуаций. В случае использования стандартного списка ситуаций и состояний значение данного показателя, превышающее 2.5 может указывать на наличие проблем эмоциональной регуляции поведения.

Стандартное отклонение общей средней оценки свидетельствует о вкладе ситуационного фактора в общую напряженность испытуемого. Чем выше значение этого показателя, тем в большей степени эмоциональное состояние испытуемого определяется содержанием ситуации. Напротив, чем меньше это значение, тем в большей степени эмоциональное состояние является устойчивым и характеризующим личность испытуемого. Для стандартного списка ситуаций и состояний диапазон нормы данного показателя составляет от 0.10 до 0.20.

Средние оценки по состояниям

Таблица включает в себя средние значения и стандартные отклонения оценок частоты встречаемости каждого из состояний по всем ситуациям (Приложение 2, таблица 2). Первый показатель – среднее значение – позволяет определить интенсивность потребностей, индикатором которых является соответствующее состояние. Чем больше среднее значение, тем в более широком классе ситуаций встречается данное состояние, и тем сильнее выражена соответствующая потребность. Потребности, индикаторы которых получили наибольшие средние оценки, считаются наиболее выраженными.

Стандартное отклонение частоты встречаемости состояния в различных ситуациях отражает нестабильность состояния, ситуационную обусловленность потребности, высокий вклад ситуации в актуализацию этой потребности. Поэтому, чем ниже стандартное отклонение этой частоты для разных ситуаций, тем в большей мере потребность, индикатором которой служит данное состояние, является индивидуально обусловленной, то есть, является чертой личности.

При интерпретации следует иметь в виду, что высокая средняя частота встречаемости состояния не всегда соответствует наличию той или иной потребности, а в некоторых случаях напротив, указывает на ее отсутствие. Поэтому подсчет действительной степени выраженности потребностей и должен осуществляться с учетом смыслового знака входящих в них индикаторов. Так, например, потребность в отдыхе может быть представлена алгебраической суммой оценок по индикаторам "чувствую усталость и желание отдохнуть" и "хочется выспаться", взятым с положительным знаком, и оценки по индикатору "чувствую себя бодрым и полным сил", взятому с отрицательным знаком.

Коэффициенты корреляции между состояниями

Таблица коэффициентов корреляции между состояниями позволяет для каждого субъективного состояния установить, с каким другим состоянием оно связано в сознании испытуемого. Значение коэффициента корреляции между двумя состояниями характеризует вероятность их совместной встречаемости в заданном круге ситуаций.

Факторные нагрузки состояний

Для каждого состояния в таблице содержатся его нагрузки на каждый из вычисляемых факторов (Приложение 2, таблица 4). Факторные нагрузки состояний свидетельствуют о том, с каким весом и с каким знаком входит в данный фактор каждое состояние. Процент вклада каждого фактора показывает, сколько процентов всех индикаторов-состояний с максимальными абсолютными весами (без учета знака) следует включить в данный фактор. При этом если знак факторной нагрузки отрицательный, то нужно включать в фактор состояние, противоположное по смыслу.

Целесообразно выписать названия всех состояний, входящих в данный фактор с учетом знака, и сформулировать их общий смысл. Чаще всего таким общим смыслом является та или иная потребность, комбинация связанных между собой потребностей или некоторый комплекс эмоциональных переживаний. Если поиск общего смысла всех состояний, входящих в фактор, вызывает затруднение, можно попытаться идентифицировать фактор по состоянию, входящему в него с наибольшим абсолютным весом.

Факторные нагрузки состояний несут информацию о субъективной группировке чувств человека. В первый класс попадают состояния, входящие с наибольшим весом в первый фактор, во второй класс - входящие во второй фактор и т.д. Таким образом, в один фактор входят сходные для испытуемого переживания.

Процент вклада каждого фактора дает возможность получить информацию о когнитивной сложности испытуемого в сфере собственных переживаний и потребностей. Когнитивная сложность определяется количеством независимых субъективных признаков, которые используются человеком для оценки и сравнения тех или иных объектов. Факторы представляют собой математическое выражение именно таких независимых в сознании человека признаков. Чем больше факторов мы получаем в результате обработки данных, тем большим количеством независимых субъективных признаков пользуется испытуемый. Однако, поскольку в результате факторного анализа мы не выделяем полного количества факторов, то об их количестве мы судим по проценту вклада первого фактора или суммарному проценту вклада первых двух факторов. Поскольку факторы ранжируются по проценту вклада от наиболее до наименее информативного, то чем больше процент вклада первых факторов, тем он меньше для оставшихся, тем меньшим количеством независимых субъективных признаков пользуется человек, то есть, тем меньше его когнитивная сложность. Для стандартного набора ситуаций и состояний процент вклада первого фактора в норме составляет от 20 до 40%, суммарный процент вклада первых двух факторов в норме составляет от 35 до 50%.

Факторные оценки ситуаций

Факторные оценки ситуаций (Приложение 2, таблица 5) характеризует, в какой мере данная

ситуация является причиной возникновения состояния или потребности, выраженных соответствующим фактором. Чем больше факторная оценка ситуации, тем с большей вероятностью данная ситуация приводит к возникновению подобного состояния. Поэтому, факторные оценки могут служить основой для ранжирования ситуаций по вкладу в возникновение того или иного класса состояний. Эти оценки являются ни чем иным как координатами ситуации в факторном пространстве состояний и служат исходным материалом для построения скатерграмм ситуаций.

Скатерграмма ситуаций

Чтобы визуально оценить, какие потребности преимущественно актуализируются в различных типах ситуаций, представим эти ситуации в виде точек в пространстве состояний, координатными осями которого являются выделенные нами факторы. По оси первого фактора сверху вниз и второго фактора слева направо откладываются значения факторных оценок ситуаций. Номера ситуаций имеют координаты, соответствующие факторным оценкам. Таким образом, чем ниже расположена ситуация, тем большую оценку она получает по первому фактору, чем правее – тем большую оценку она получает по второму фактору (Приложение 2, Рис. 1).

Чем больше расстояние между двумя точками на скатерграмме, тем меньше сходство между соответствующими ситуациями. Мы можем выделить некоторые группы точек, получая группы субъективно эквивалентные ситуации. Таким образом, для любой ситуации можно узнать, с какими другими ситуациями для испытуемого она сходна. Определив центр группы, а затем координаты этого центра, можно определить, какие состояния испытывает испытуемый, попадая в данный класс ситуаций.

6.3. Основы интерпретации результатов методики репертуарных решеток

Оценка достоверности

Интерпретация результатов методики репертуарных решеток обычно начинается с оценки достоверности на основе анализа таблицы оценок состояний по ситуациям. Признаками недостоверных результатов являются строки, состоящие из одинаковых чисел, которые указывают на неадекватные оценки соответствующих ситуаций, а также столбцы, состоящие только из единиц или только из четверок, которые могут свидетельствовать об искажении использования данных состояний для оценок.

Наиболее эмоциогенные ситуации

Анализ средних оценок по ситуациям дает возможность определить, какие именно ситуации воспринимаются испытуемым как наиболее эмоциогенные и могут вызывать затруднения испытуемого. Для этого определяется, какие ситуации характеризуются максимальными средними оценками и максимальными стандартными отклонениями.

Наиболее выраженные потребности

Для выявления наиболее выраженных потребностей, проявляющихся в большинстве ситуаций, определяется, какие именно состояния характеризуются максимальными средними оценками, и индикаторами каких потребностей они являются. Однако следует учитывать, что данные показатели характеризуют только осознаваемые потребности. Соответствуют осознаваемые потребности реальным, или не соответствуют, становится ясным только при сопоставлении результатов анализа средних оценок по состояниям с результатами анализа факторных нагрузок состояний и скатерграммы ситуаций.

Характеристики представлений о своих потребностях

Для определения содержания представлений испытуемого о своих потребностях анализируется таблица факторных нагрузок состояний. Определяется, какие состояния входят в первый фактор, характеризующийся наибольшим процентом вклада в суммарную дисперсию результатов, следовательно, образующий наибольшую группу коррелирующих состояний, и поэтому наиболее информативный. Какие состояния входят во второй фактор, следующий по степени информативности. При необходимости определяется третий и четвертый фактор. Каждый фактор идентифицируется по содержанию тех состояний, которые вошли в него с максимальными нагрузками. Таким образом, каждый из факторов характеризует определенную потребность или группу потребностей, связанных в сознании испытуемого. В результате мы получаем информацию о наиболее существенных субъективных признаках, с помощью которых испытуемый описывает свое собственное состояние, оценивает и сравнивает свои потребности, возникающие у него в разных ситуациях. Сложность данной системы представлений определяется по проценту вклада первого фактора или суммарному проценту вклада первых двух факторов. Чем меньше процент вклада первых факторов, тем более точными и дифференцированными являются

оценки испытуемым своих собственных потребностей и субъективных переживаний.

Характеристики ситуаций, актуализирующих различные потребности

Таблица факторных оценок ситуаций позволяет выявить, какие ситуации с наибольшей вероятностью приводят к возникновению тех или иных потребностей. Для этого, по каждому фактору выясняется, какие ситуации имеют максимальные оценки с учетом знака. Те ситуации, которые имеют наибольшие проекции на оси соответствующих потребностей, характеризуются наибольшей способностью вызывать эти потребности.

Содержание текущих потребностей

Для того чтобы определить, какие потребности испытуемый испытывает в данное время, выясняется, какое положение на скатерграмме занимает точка, соответствующая ситуации «Сегодня». Понятие «Сегодня» является маркером в семантическом пространстве испытуемого, указывающим на актуальное состояние и наиболее выраженные в данный момент потребности. В том случае, если проекция точки «Сегодня» на ось интересующей нас потребности имеет низкое значение, то можно предположить, что соответствующая потребность на сегодняшний день является слабой. И наоборот, если точка располагается в зоне максимальных значений соответствующей оси, то потребность считается сильно выраженной.

Содержание повседневных потребностей

Для выявления содержания обычных для образа жизни испытуемого часто встречающихся потребностей на скатерграмме определяются координаты точки, соответствующей понятию «В большинстве ситуаций». Понятие «В большинстве ситуаций» является маркером, характеризующим наиболее устойчивые состояния и повторяющиеся потребности. Если точки «Сегодня» и «В большинстве ситуаций» близки, то текущее состояние испытуемого является обычным. Если же эти точки достаточно далеки друг от друга, то состояние на данный момент существенно отличается от обычного. В этом случае можно посмотреть, чем именно сегодняшнее состояние отличается от повседневного, и какие потребности являются для него наиболее специфическими.

Отношение к различным ситуациям

В том случае, если две ситуации располагаются на скатерграмме достаточно близко, то это указывает на сходство состояний, которые возникают в этих ситуациях. Это свидетельствует о том, что в данных ситуациях актуализируются одинаковые потребности. Это говорит о том, что испытуемый испытывает в этих ситуациях похожие чувства. Таким образом, мы можем группировать ситуации по признаку сходства субъективных переживаний, которые в них возникают. Мы можем устанавливать аналогии между ситуациями и говорить о том, что человек чувствует себя в данной ситуации подобно тому, как он чувствует себя в ситуациях близких, смежных. Используя некоторые маркеры, такие как «Когда я занят увлекательным делом», «В трудной ответственной ситуации», «Когда я болею» и т. п. можно определить содержание увлечений, затруднений, патогенных факторов. Мы можем определить, как человек относится к различным людям и к разным видам деятельности на основе того, какие именно ситуации располагаются наиболее близко к тем, которые нас интересуют.

6.4. Пример интерпретации результатов методики репертуарных решеток

Для примера интерпретации результатов обследования используется протокол методики, приведенный в Приложении 2. Протокол принадлежит тому же самому испытуемому, что и в случае интерпретации результатов обследования по программе OSGOOD.

а) Оценки частот встречаемости состояний в различных ситуациях находятся в диапазоне от 1 до 4. Отсутствие ситуаций и состояний с одинаковыми оценками частот встречаемости свидетельствует об отсутствии заведомо недостоверных результатов.

б) Наиболее часто состояния, указанные в списке, актуализируются в ситуациях “В выходной день” (5), “Вечером после работы” (1), “При денежных затруднениях” (21), “Во время праздничного застолья” (22), связанных с домашней обстановкой и бытовыми проблемами. Наиболее выраженные состояния фрустрации испытуемый испытывает в ситуациях: “Во время ссоры” (3), “При денежных затруднениях” (21), и “Когда меня критикуют” (23), связанных с межличностными конфликтами, поскольку именно эти ситуации характеризуются наибольшими стандартными отклонениями.

в) Чаще всего у испытуемого встречаются состояния: “Стараюсь сохранить независимость” (16), “Хочется тишины и покоя” (14), “Рад общению” (3), “Чувствую усталость и желание отдохнуть” (6), “Нуждаюсь в понимании, сочувствии и поддержке” (12), имеющие максимальные средние оценки. Следовательно, наиболее отчетливо испытуемым осознаются потребности в самоутверждении, эмоциональных контактах и отдыхе. В наибольшей степени

зависят от содержания ситуации состояния: “Получаю удовольствие” (7) и “Мне неприятно” (26), имеющие максимальные стандартные отклонения. Эти состояния являются индикаторами скорее эмоциональных реакций, чем потребностей. Наиболее стабильны, инвариантны относительно ситуаций состояния: “Хочется тишины и покоя” (14), “Настроение грустное” (18) и “Стремлюсь познакомиться поближе” (20), которые характеризуются минимальным стандартным отклонением.

г) Факторные нагрузки состояний позволяют сделать следующие выводы. В первый фактор, охватывающий 43% всех индикаторов, с максимальными положительными весами входят состояния: “Мне неприятно” (26), “Обижаюсь” (24), “Возмущаюсь” (15), “Я волнуюсь и нервничаю” (22), “Тревожно на душе” (4), “Настроение грустное” (18), а также с максимальными отрицательными весами состояния: “Я спокоен и уверен в себе” (11), “Получаю удовольствие” (7), “Рад общению” (3), “Хочется повеселиться” (21). Можно предположить, что этот фактор характеризует степень выраженности состояния депрессии, агрессии и тревоги, связанные с чувством эмоционального дискомфорта. Во второй фактор, объединяющий 14% индикаторов, с максимальными нагрузками входят состояния: “Чувствую усталость и желание отдохнуть” (6), “Хочется выспаться” (25), “Мне жарко” (5), “Хочется побыть одному” (8). Общим смыслом состояний этого фактора является несомненное снижение работоспособности и потребность в восстановлении утраченных сил. Таким образом, наиболее существенными для испытуемого независимо от уровня его осознания являются потребность в безопасности, показателем которой является первый фактор, и потребность в отдыхе, выраженная вторым фактором.

д) В сумме первые два фактора включают 57% всех предложенных индикаторов потребностей, что свидетельствует о недостаточной дифференцировке своих собственных субъективных состояний, невысокой категориальной сложности в области самочувствия.

е) Факторные оценки ситуаций свидетельствуют о том, что наибольшая потребность в безопасности наблюдается у испытуемого в ситуациях: “Во время ссоры” (3), “Когда меня критикуют” (23), “При денежных затруднениях” (21), “В трудной ответственной ситуации” (15), а наименьшая степень выраженности этой потребности характерна для ситуаций: “Когда я занят увлекательным делом” (16), “На работе” (12), “Среди друзей” (2), “С женщинами” (11). Фактором потребности в отдыхе нагружены, прежде всего, ситуации: “В выходной день” (5), “Во время праздничного застолья” (22), “Когда я болею” (7), “Вечером после работы” (1).

ж) На скатерграмме ситуаций в пространстве первых двух факторов отчетливо выделяются пять классов ситуаций. В первый класс входят ситуации, связанные с деловым и дружеским общением на работе (ситуации 16, 2, 12, 11, 13, 10 в левом верхнем углу). Эти ситуации не вызывают ни тревоги, ни утомления. Второй класс ситуаций охватывает уединение и интимную жизнь (ситуации 9, 14, 18 в верхней части) и характеризуется умеренным увеличением потребности в отдыхе. Третий класс ситуаций, включающий домашнюю семейную обстановку и бытовые хлопоты (ситуации 20, 19, 1, 7, 5 и 22 в правом верхнем углу), сопровождается состоянием острого утомления и сильно выраженной потребностью в отдыхе при незначительном увеличении тревоги. Четвертый класс ситуаций связан с условиями жизни в родительской семье и характером воспитания в детстве (ситуации 4, 8, 17, 6 в центре) и ассоциируется с умеренным повышением как потребности в отдыхе, так и потребности в безопасности. Наконец, пятый класс ситуаций, связанный с повышенной ответственностью, межличностными конфликтами и материальными трудностями (ситуации 15, 21, 23, 3 в левой нижней части) актуализирует сильно выраженные состояние тревоги и потребность в безопасности при незначительно повышенном состоянии утомления. Судя по расположению ситуации: “В большинстве случаев” (13) в первом классе ситуаций испытуемый обычно находится в состоянии низкой степени тревоги и утомления. Поскольку ситуация “Сегодня” (8) принадлежит четвертому классу ситуаций, текущее состояние испытуемого в процессе обследования характеризуется умеренным повышением тревоги и утомления и не является для испытуемого обычным.

7. Использование методики цветowych метафор для диагностики мотивов различных видов деятельности

7.1. Общие положения

Метод цветowych метафор представляет собой модифицированный вариант ЦТО, характеризующийся рядом отличительных особенностей:

- В методе цветowych метафор обозначение различных понятий одним цветом является косвенным показателем их субъективного сходства.
- Метод цветowych метафор не опирается на стандартный психологический смысл цветов.
- Метод цветowych метафор не ограничивается выявлением отношений человека к себе, своему состоянию и другим людям, а ориентирован на диагностику более широкого

круга отношений, прежде всего, к различным видам деятельности.

- Метод цветowych метафор может проводиться как в индивидуальной, так и в групповой форме.

Метод цветowych метафор основан на двух принципах:

Во-первых, если человек обозначает какое-либо понятие привлекательным цветом, то это может свидетельствовать о привлекательности этого понятия, позитивном к нему отношении. И, наоборот, к понятиям, обозначенным неприятными цветами, человек и относится, скорее всего, негативно;

Во-вторых, обозначение различных понятий одним цветом является косвенным показателем их субъективного сходства, то есть, если два или несколько понятий человек обозначает одним цветом, то, видимо, в этих понятиях есть для человека что-то общее, и он относится к ним приблизительно одинаково.

Для диагностики мотивов и отношений необходимо определенным образом подобрать понятия, которые затем будут предъявляться испытуемому. В списке должны быть понятия, характеризующие разные виды деятельности, разные потребности и жизненные ценности, разные эмоциональные переживания, разных людей, включая и самого клиента, а также различные периоды времени и события. Пример списка понятий представлен в протоколе обследования (Таблица 3).

7.2. Индивидуальная форма проведения

В случае индивидуальной формы проведения используется набор цветных карточек и набор карточек с названиями понятий. Цветные карточки раскладываются на столе по кругу в произвольном порядке.

Инструкция испытуемому

"Перед Вами имеются цветные карточки. Кроме того, я даю Вам карточки, на которых написаны названия различных понятий. Я прошу Вас каждое из этих понятий обозначить одним из цветов. Для этого Вам необходимо карточку с понятием класть надписью вниз под тем цветом, который, по Вашему мнению, является наиболее подходящим для обозначения данного понятия. Понятий больше, чем цветов, поэтому одним и тем же цветом можно обозначать несколько понятий". После того, как клиент разложит все понятия к соответствующим цветам, ему предлагается разложить цвета в порядке привлекательности: *"А теперь выберите, пожалуйста, какой цвет Вам сейчас больше всего нравится? Самый приятный цвет? А теперь выберите самый приятный цвет из оставшихся. Продолжаем".* В результате цветные карточки располагаются на столе в порядке предпочтения вместе с соответствующими им карточками с понятиями.

Затем результаты тестирования обсуждаются с клиентом. Клиенту сообщается, какие принципы лежат в основе методики. Далее вместе с клиентом раскрываются и обсуждаются карточки с понятиями, обозначенными различными цветами. В процессе обсуждения результатов психолог указывает клиенту на возможные ассоциации в сознании клиента, устанавливает субъективное сходство и различия между понятиями, формулирует предположения о структуре представлений, отношений и мотивов, проверяет их с помощью вопросов, просит клиента объяснить те или иные результаты. Целью обсуждения является, во-первых, проверка полученных результатов, во-вторых, улучшение понимания клиентом содержания своих собственных потребностей, ценностей, стремлений, степени их удовлетворения, мотивов тех или иных действий, отношений, возможных способов адаптации, текущего положения дел и будущих перспектив, источников стресса и негативных переживаний.

Необычность процедуры, ее игровой и метафорический характер, наглядность при работе с карточками, возможность непосредственного манипулирования ими в процессе анализа значительно облегчают консультирование клиентов. Это оказывается особенно полезным в тех случаях, когда клиент слишком много говорит в процессе консультирования, или, наоборот, слишком молчалив.

7.3. Групповая форма проведения

В случае применения групповой формы проведения метода цветowych метафор пронумерованные цветные карточки большего формата, чем входящие в тест Люшера, прикрепляются к доске или передней стене аудитории. Каждому испытуемому выдается бланк регистрации ответов.

Инструкция испытуемым

"Перед Вами на доске находятся цветные карточки, каждая из которых обозначена определенным номером. Вы получили бланк, на обратной стороне которого имеется список понятий. Я прошу Вас обозначить каждое понятие из этого списка определенным цветом. Для этого Вам необходимо в столбике "№ цвета" справа от каждого понятия записать номер того цвета, который, по вашему мнению, лучше всего подходит для обозначения данного понятия. Так как понятий больше, чем цветов, Вы можете использовать один цвет

для обозначения нескольких понятий. У кого есть вопросы? Начали". После того, как все испытуемые напротив каждого понятия поставят номер самого подходящего для него цвета, дается инструкция для второй части тестирования: "А теперь в строчке, расположенной внизу на первой странице бланка, в левой клетке запишите, пожалуйста, номер самого приятного для Вас цвета, цвета, который Вам сейчас больше всего нравится. В клетке правее запишите номер следующего по степени привлекательности цвета и так далее. Таким образом, этой строке у Вас должны быть записаны номера цветов, упорядоченных по степени привлекательности от самого приятного до самого неприятного".

Обработка полученных результатов очень проста. Последовательность цветов из строчки на первой странице бланка переносится в верхнюю строчку таблицы, в клетки, расположенные справа от надписи «№ цвета». В первом столбце справа от номеров цветов ставятся галочки напротив тех понятий, которые обозначены самым привлекательным цветом. В следующем столбце галочками отмечаются понятия, обозначенные вторым по степени привлекательности цветом. И так далее. Таким образом, последний столбец будет включать понятия, обозначенные самым неприятным цветом.

Далее для большего удобства данные протокола целесообразно представить в виде таблицы, состоящей из 8 столбцов. В шапке таблицы представлены цвета в порядке их предпочтения испытуемым (Таблица 4). В столбцы таблицы записываются понятия, обозначенные соответствующими цветами.

7.4. Интерпретация результатов

Основанием для интерпретации результатов является следующее положение. Если понятия обозначены одним цветом (падают в одну группу), то это не случайно. Например, если человек поместил в одну группу понятия "интересное занятие" и "моя работа", то это значит, что он относится к своей работе с интересом. Если он объединяет понятия "каким я хочу быть" и "мой отец", то он, вероятно, хочет быть похож на своего отца. Если обозначает одним цветом понятия "мой начальник" и "угроза", то он боится начальника. Если в одной группе оказываются понятия "мое будущее", "мое увлечение", "достижение успеха", "творчество", "радость" и человека его собственное будущее ассоциируется именно с этими понятиями. Понятия, обозначенные одним цветом, оптимистичны.

В процессе интерпретации сначала анализируются понятия, обозначенные самыми приятными цветами. Потом анализируются те группы, в которые попадают понятия "мое увлечение" и "мое будущее". Затем те, которые связаны с понятием "мое настоящее", "мое прошлое". Далее выясняется, с какими понятиями ассоциируются понятия "каким я хочу быть", "каким я сейчас являюсь", "каким я был в прошлом". После этого определяется, какие понятия обозначаются самыми неприятными цветами. Какие понятия связаны с отрицательными понятиями: "печалью", "неприятностями", "близостью", "опасностью", "угрозой", "раздражением", "конфликтом", "неудовлетворенностью" и т. п. Наконец, определяется, какие понятия ассоциируются с конкретными занятиями, людьми или другими жизненными обстоятельствами: к работе, учебе, детям, друзьям, начальству и т. д.

В Табл. 3 представлены основные диагностические категории и показатели методики

ЦП Потребность в безопасности

Табл. 3. Основные диагностические категории и показатели методики цветowych метафор

Диагностические категории	Показатели
Базовые потребности	В методе цветowych метафор базовыми считаются те потребности, которые обозначены самым привлекательным цветом, а также те, которые оцениваются теми же цветами, что и понятия “Мое увлечение” и “Интересное занятие”.
Удовлетворенность базовых потребностей	Если базовые потребности обозначены тем же цветом, что и понятие “Мое настоящее”, то можно считать, что человек может в достаточной мере удовлетворить их в настоящий момент. Если базовые потребности связаны с понятием “Мое будущее”, то человек рассчитывает на их будущее удовлетворение. Связь базовых потребностей с понятием “Мое прошлое” может указывать на то, что они удовлетворялись ранее. Наконец, если базовые потребности не ассоциируются ни с настоящим, ни с будущим, ни с прошлым, это свидетельствует о наибольшей степени фрустрации.
Актуальные потребности	В методе цветowych метафор актуальными считаются потребности, которые обозначены тем же цветом, что и понятие “Мое

	настоящее”.
Отношение к будущему	Отношение к будущему диагностируется на основе того, какие потребности, эмоции, виды деятельности и люди обозначены таким же цветом, что и понятие “Мое будущее”
Отношение к себе	Об отношении к себе свидетельствуют те понятия людей, которые обозначаются такими же цветами, что и понятия “Какой я на самом деле” или “Каким я хочу быть”. Важным показателем отношения к себе является также степень совпадения между двумя последними понятиями, характеризующая идентичность “реального я” и “идеального я” и являющаяся показателем уровня самооценки и удовлетворенности испытуемого собой
Отношение к работе, учебе и другим видам деятельности	Определяется потребностями и эмоциональными переживаниями, которые обозначаются теми же цветами, что и понятия “Моя работа”, “Моя учеба” и т. п.
Источники стресса	Об источниках стресса говорят виды деятельности и люди, обозначенные самым неприятным цветом, а также связанные с понятиями “Угроза”, “Страх”, “Печаль”, “Раздражение”, “Неприятности”, “Неудача”, “Болезнь”, “Конфликты” и т. п.

Метод цветowych метафор может включать и другие диагностические категории и показатели в зависимости от конкретных задач исследования.

7.5. Пример интерпретации

В качестве примера предлагается интерпретация результатов диагностики мотивов и отношений 34-летнего мужчины, имеющего высшее психологическое образование, работающего менеджером по персоналу, живущего с женой и 5-летней дочерью. Результаты обследования представлены в Табл. 4.

Табл. 4. Пример протокол обследования по методике цветowych метафор

Понятие	№ цвета	3	2	4	5	6	1	7	0
Успех	3	ь							
Неудача	7						ь		
Общение	4		ь						
Техника	0							ь	
Болезнь	7						ь		
Радость	3	ь							
Моя учеба	0							ь	
Свобода	3	ь							
Знания	1						ь		
Мой отец	7						ь		
Люди	5			ь					
Каким (какой) я хочу быть	2	ь							
Любовь	4		ь						
Моя работа	6				ь				
Конфликты	6				ь				
Угроза	7					ь			
Природа	5			ь					
Моя мать	1					ь			
Труд	6				ь				
Власть	2	ь							
Образование	1					ь			
Мой муж (моя жена)	5			ь					
Медицина	1					ь			
Мое настоящее	2	ь							
Конкуренция	6				ь				

Реклама	3	ь						
Искусство	5			ь				
Мой друг (подруга)	4		ь					
Семья	1					ь		
Мое прошлое	6				ь			
Информация	2		ь					
Какой (какая) я на самом деле	4		ь					
Заработок	2		ь					
Перемены	4		ь					
Печаль	1					ь		
Мой дом	0							ь
Мой начальник	6				ь			
Мое увлечение	2		ь					
Финансы	2		ь					
Мой ребенок	5			ь				
Неприятности	6				ь			
Интересное занятие	1					ь		
Школа	0							ь
Бизнес	3	ь						
Дети	4		ь					
Страх	7							ь
Мои обязанности	2		ь					
Мое будущее	3	ь						
Обслуживание	1					ь		
Творчество	3	ь						
Материальное благополучие	5			ь				
Мои сотрудники	1					ь		
Раздражение	3	ь						
Моя карьера	2		ь					
Управление	2		ь					
Моя профессия	4		ь					
Моя фирма	2		ь					
Домашнее хозяйство	0							ь
Наука	1					ь		
Психология	5			ь				
Мои клиенты	4		ь					

После получения протокола понятия, обозначенные различными цветами, группируются в отдельной таблице (Табл. 5)

□

Таблица 5. Группы понятий, обозначенные различными по степени привлекательности цветами.

Номера цветов, ранжированные по степени их привлекательности							
3	2	4	5	6	1	7	0
Мое будущее	Мое настоящее	Какой я на самом деле	Моя жена	Мое прошлое	Интересное занятие	Мой отец	Мой дом
Бизнес	Мое увлечение	Мой друг (подруга)	Мой ребенок	Мой начальник	Моя мать	Угроза	Домашнее хозяйство
Реклама	Каким я хочу быть	Дети	Люди	Моя работа	Семья	Страх	Моя учеба
Творчество	Информация	Мои клиенты	Психологи	Труд	Мои сотрудники	Болезнь	Школа
Успех	Финансы	Моя профессия	Природа	Конкуренция	Образование	Неудача	Техника
Радость	Управление	Общение	Искусство	Конфликты	Наука		
Свобода	Моя фирма	Перемены	Материальное благополучие	Неприятности	Медицина		
Власть					Обслуживание		

	Зарботок Мои обязанности и Моя карьера				Знания Печаль		
--	---	--	--	--	------------------	--	--

Наиболее привлекательным цветом испытуемый обозначил следующие понятия: “Мое будущее”, “Бизнес”, “Реклама”, “Творчество”, “Успех”, “Радость”, “Свобода”, “Власть”, “Раздражение”. Данный ряд понятий связан с представлением испытуемого о своем будущем. Вероятно, испытуемый ожидает, надеется, намерен или планирует в будущем заняться коммерческой деятельностью, которая побуждается потребностями в самореализации и самоутверждении. Однако подобные представления могут вызывать у испытуемого не только приятные, но и неприятные эмоциональные переживания.

Следовательно, отношение к собственной деятельности в сфере бизнеса и рекламы является амбивалентным. Кроме того, оно никак не связано с увлечениями и интересами, которые обозначены совершенно другими цветами и попадают в другие группы.

Вторым по степени привлекательности цветом испытуемым обозначены понятия: “Мое настоящее”, “Мое увлечение”, “Каким я хочу быть”, “Информация”, “Финансы”, “Управление”, “Моя фирма”, “Зарботок”, “Мои обязанности”, “Моя карьера”. Поскольку данные понятия связаны с представлением испытуемого о настоящем, то они характеризуют сферу его актуальных потребностей и видов деятельности, то, чем он наиболее озабочен, что в наибольшей степени привлекает его внимание. Кроме того, связь всех этих понятий с увлечением свидетельствует об их большой субъективной значимости, высоком месте в иерархии потребностей и ценностей. Таким образом, мы можем предположить, что испытуемый увлечен информационной, финансовой и управленческой деятельностью на фирме, побуждаемой сильно выраженными потребностями в заработке, повышении профессионального и служебного положения и выполнении своего долга. Представление испытуемого о своем “идеальном я” также лежит в сфере субъективного настоящего, что указывает на достаточно высокую самооценку в данный момент. Кроме того, вероятно, испытуемый не хочет быть ни на кого похожим.

Третий по счету цвет уже не столь привлекателен для испытуемого, как первые два. Поэтому отношение к понятиям, которые обозначены этим цветом, не является в той же мере позитивным. В данную группу вошли понятия: “Какой я на самом деле”, “Мой друг (подруга)”, “Дети”, “Мои клиенты”, “Моя профессия”, “Общение”, “Любовь”, “Перемены”. Данная группа понятий, включающая представление о “реальном я”, отражает структуру идентичности испытуемого. А именно, испытуемый относится к себе так же, как к своим друзьям, клиентам, детям, идентифицирует себя со своей профессией, считает, что ему наиболее свойственна коммуникативная деятельность, связывает себя с переменами. Следует отметить, что ни управление, ни психология не отождествляются испытуемым со своей профессией.

Четвертым относительно индифферентным цветом оцениваются понятия: “Моя жена”, “Мой ребенок”, “Люди”, “Психология”, “Природа”, “Искусство” и “Материальное благополучие”. Таким образом, мы можем предположить достаточно безразличное отношение к своей жене и ребенку, равно как к людям вообще. Занятия психологией ассоциируются в сознании испытуемого с искусством и природой. Возможно, единственной потребностью, которая связана с супружескими и родительскими обязанностями, является потребность в материальном благополучии. Психология также может восприниматься как источник материальной выгоды. Однако данная потребность не является достаточно значимой в структуре мотивации испытуемого и вряд ли будет сильным побуждением к поддержанию семейных отношений и психологической деятельности.

Пятый по счету цвет также можно было бы считать индифферентным, если бы им не обозначались понятия, связанные с негативными эмоциональными переживаниями: “Мое прошлое”, “Мой начальник”, “Моя работа”, “Труд”, “Конкуренция”, “Конфликты”, “Неприятности”. Данная группа понятий характеризует одну из сфер эмоционального напряжения, источник стресса. Однако, из данных неясно, о какой конкретно работе и каком начальнике идет речь. Если это начальник на прошлой работе, с которой испытуемый уже ушел, то данные результаты свидетельствуют о мотивах этого ухода и о том, что испытуемый все еще никак не может забыть связанные с этим неприятные события. Если же речь идет о теперешней работе и начальнике, то можно предположить, что отношения с ними настолько неблагоприятны, что испытуемый уже мысленно распрощался с ними и относится к ним как к своему прошлому. Проверить, какая из данных двух гипотез является наиболее правильной, можно только в беседе с испытуемым. Для этого необходимо спросить его, какого именно начальника и какую конкретно работу он обозначал данным цветом.

Шестой цвет включает в себя понятия: “Интересное занятие”, “Моя мать”, “Семья”, “Мои сотрудники”, “Образование”, “Наука”, “Медицина”, “Обслуживание”, “Знания”, “Печаль”. С одной стороны, в него входит то, что интересует испытуемого, следовательно, является для него, безусловно, важным. С интересами испытуемого, так или иначе, связаны сфера образования, медицины, семьи, обслуживания и научной деятельности, побуждаемые познавательной потребностью, а также отношения с матерью и сотрудниками. Однако есть основания считать, что интересы испытуемого активно вытесняются из сознания. Во-первых, они обозначаются только шестым по степени привлекательности цветом из восьми возможных. Во-вторых, даже предыдущая группа понятий, заряженная острыми негативными переживаниями, оценивается более привлекательным цветом. В-третьих, интересные занятия ассоциируются у испытуемого с чувством печали. Таким образом, вероятно, испытуемый старается не обращать внимания на то, что ему на самом деле нравится, игнорирует те виды деятельности, которые могут быть источником эмоционального удовлетворения, не замечает важной для себя жизненной сферы. Познавательная потребность, являясь одной из наиболее значимых для испытуемого, не находит своего удовлетворения, поскольку никак не связана с его актуальной жизнью, представлениями о настоящем, будущем или прошлом. Следовательно, она является источником фрустрации. Это проявляется буквально в том, что чем бы испытуемый ни занимался в настоящем, чем бы он ни планировал заниматься в будущем, это не является для него достаточно интересным.

Седьмым цветом испытуемый обозначает понятия: “Мой отец”, “Угроза”, “Страх”, “Болезнь”, “Неудача”. Смысл этой группы понятий очевиден: отец воспринимается испытуемым как источник угрозы, вызывает страх, ассоциируется с неудачами и болезнью. Однако при этом отец и сопровождающие его негативные переживания не связаны ни с прошлой, ни с настоящей, ни с будущей жизнью испытуемого, то есть, не являются актуальными представлениями сознания испытуемого.

Восьмым, наиболее противным для испытуемого цветом оцениваются такие понятия, как: “Мой дом”, “Домашнее хозяйство”, “Моя учеба”, “Школа”, “Техника”. Следовательно, все, что связано с домом и школьным обучением, воспринимается испытуемым с отвращением, но никаких других негативных эмоций не вызывает. Техника также, мягко говоря, не вызывает у испытуемого положительных чувств.

Обобщая полученные результаты, можно ответить на следующие вопросы.

1. Что является главным в жизни испытуемого?

Испытуемый характеризуется широким кругом базовых потребностей, связанных, прежде всего, с самоактуализацией, самоутверждением и денежным вознаграждением.

2. В какой мере он удовлетворяет свои потребности?

В настоящее время испытуемый имеет возможность удовлетворить только потребности в денежном вознаграждении, выполнении своих обязанностей и частично самоутверждении. Надеется на полное удовлетворение потребности в самоутверждении и творческом самовыражении в будущем, хотя это может быть связано с агрессивными реакциями. Удовлетворение познавательных интересов полностью блокировано, вытесняется из сознания и может вызывать депрессивное состояние.

3. Чем он вынужден заниматься? Что его заботит?

Под влиянием обстоятельств актуализируются потребности в денежном вознаграждении и выполнении обязанностей, которые могут оцениваться как компенсация неудовлетворенных базовых потребностей и побуждают к менеджерской деятельности.

4. Каковы его ожидания, намерения, планы на будущее?

Испытуемый связывает представления о своем будущем с коммерческой деятельностью, возможно, с рекламным бизнесом.

5. Как он относится к своей профессии, работе, семье?

Испытуемый считает себя профессионалом в сфере общения, связывает свою профессию с клиентами, но не относит себя ни к психологии, ни к управлению, ни к бизнесу. Работа связана с неприятностями, конкуренцией и конфликтами, прежде всего, в отношениях с начальником. К жене и ребенку достаточно равнодушен, хотя и считает супружескую и родительскую роль выгодной. Семейные отношения ассоциируются скорее с матерью.

6. Кем он себя считает? С кем идентифицируется?

Испытуемый относится к себе как к другу, клиенту и ребенку. В достаточной мере удовлетворен собой. Стремится быть хорошим менеджером.

7. Каковы источники его стресса? Чего он избегает?

Стресс испытуемого может вызываться в ситуациях отношений с отцом, которого он боится, и с начальником, с которым он конкурирует. Кроме того, испытуемый избегает заниматься бытовыми проблемами. У испытуемого можно отметить внутренний конфликт между содержанием познавательных интересов, связанных с образованием и наукой, и текущими заботами менеджера.

8. Заключение.

К психосемантическим методикам, позволяющим диагностировать мотивацию человека, относятся модифицированные методы семантического дифференциала, репертуарных решеток и цветовых метафор.

Методики семантического дифференциала и репертуарных решеток могут использоваться для диагностики мотивов различных видов деятельности и потребностей в разных ситуациях у лиц старше 16 лет в целях

- профессиональной ориентации,
- отбора и расстановки кадров,
- оптимизации учебно-воспитательного процесса,
- оценки факторов окружающей среды,
- оценки состояния здоровья,
- выявления предболезненных состояний,
- контроля эффективности лечения,
- психотерапии и коррекции поведения,
- изучения спроса и т. д.

Они позволяют с высокой достоверностью измерять:

- характеристики общественного мнения;
- психологический климат в трудовых коллективах;
- отношение людей к содержанию труда, условиям труда, жилищно-бытовым условиям, экологической обстановке, материальному вознаграждению;
- отношение к самим себе, к состоянию своего здоровья, к своему общественному положению, к своей семье, к товарищам по работе, к администрации;
- интерес к различным фирмам, товарам и услугам, видам досуга, областям знаний и сферам деятельности и т. п.

Методики семантического дифференциала и репертуарных решеток сочетают в себе свойства анкет и проективных тестов. Полная стандартизация, точная количественная оценка, простота проведения и возможность массовых обследований сближают их с анкетированием, а защищенность от мотивационных искажений, полнота получаемой информации не только об отдельных свойствах личности, но и об их структуре – с проективной техникой.

Трудоемкость вычисления многомерных статистических показателей при большом числе оцениваемых понятий предполагает обязательное использование компьютерной техники. С целью автоматизации психосемантического исследования мотивации человека были написаны программы, реализующие модифицированные варианты методик семантического дифференциала и репертуарных решеток. Программы названы соответственно OSGOOD и KELLY в честь авторов базовых вариантов психосемантических методов. Программы предназначены для работы на IBM-совместимых персональных компьютерах в среде операционной системы WINDOWS 95/98.

Методика цветовых метафор представляет собой аналог модифицированного варианта методики семантического дифференциала, позволяющий, во-первых, сократить время диагностики мотивов различных видов деятельности; во-вторых, расширить количество оцениваемых понятий; в-третьих, отказаться от обязательного использования компьютерных программ в процессе обработки индивидуальных результатов; в-четвертых, расширить возрастной диапазон применимости методики, в частности, использовать ее для диагностики структуры мотивации, начиная с 10 лет.

Результаты, полученные с помощью метода цветовых метафор, позволяют осуществлять эффективное психологическое консультирование, но не могут лежать в основе экспертизы. Надежность выявления мотивов и отношений с помощью цветовых метафор не настолько высока для того, чтобы принимать ответственные решения, от которых может зависеть судьба клиента. Отдельные ошибки клиента при обозначении цветом того или иного понятия могут привести к существенному изменению интерпретации полученных результатов.

Поэтому обсуждение с клиентом результатов в процессе консультирования является дополнительной их проверкой. Ответственность за точность выявления мотивов в ходе консультирования при использовании цветовых метафор распределяется между клиентом и консультантом, который лишь помогает клиенту. Для получения данных о содержании и структуре человеческой мотивации достаточно надежных и защищенных от случайных или намеренных искажений со стороны испытуемого требуется использовать не экспресс-метод цветовых метафор, а глубинную психосемантическую диагностику мотивации, основанную на методике семантического дифференциала.

Литература

1. Воробьев В.М. Ко-терапевтическая компьютерная система «КЕЛЛИ-98». Методическое руководство. СПб, «ИМАТОН», 2000.
2. Миролюбов А.В., Соломин И. Л., Коваль О. Г., Левкин Л. А. “Использование методики семантического дифференциала для исследования учебной и профессиональной направленности кандидатов в военное училище”. В кн. “Вопросы профессионального психологического отбора и психологического сопровождения учебно-воспитательного процесса в вузе. Материалы Всеармейского учебно-методического сбора 1988 г.”. М., 1989
3. Петренко В. Ф. “Введение в экспериментальную психосемантику. Исследование форм репрезентации в обыденном сознании”. М., МГУ, 1983
4. Петренко В. Ф. “Психосемантика сознания”. М., МГУ, 1988
5. Петренко В. Ф., Митина О. В. «Психосемантический анализ динамики общественного сознания (на материале политического менталитета)». Смоленск, СГУ, 1997
6. Похилько В. И. “Психодиагностика индивидуального сознания”. // В кн. “Общая психодиагностика”, под ред. А. А. Бодалева, В. В. Столина. М., МГУ, 1987
7. Соломин И. Л. “Структура и динамика мотивации безработных женщин”. В кн. “Профориентация и психологическая поддержка – новые возможности занятости. Сборник докладов Межрегиональной научно-практической конференции”. М., “Триада”, 1999
8. Соломин И. Л. “Выявление скрытой мотивации персонала”. Третья Всероссийская конференция “Люди и организации: управление персоналом в организации, организационное консультирование, бизнес-психология” 22-24 мая 2000 года. Сборник тезисов. ИМАТОН-М, СПб., 2000.
9. Франселла Ф., Баннистер Д. “Новый метод исследования личности. Руководство по репертуарным личностным методикам”. М., “Прогресс”, 1987
10. Шмелев А. Г. “Введение в экспериментальную психосемантику. Теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности”. М., МГУ, 1983

□

Приложение 1. Образец протокола программы OSGOOD

Таблица 1. Оценки понятий по шкалам

Понятия	Шкалы																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	2	3	5	3	6	3	3	6	5	3	3	5	4	3	3	3	5	4
2	6	6	6	7	5	5	6	6	5	6	5	6	6	6	7	5	5	6
3	7	7	6	6	5	6	6	6	7	6	7	7	5	6	7	5	6	7
4	5	5	5	5	5	3	3	4	3	5	4	3	5	3	5	5	3	3
5	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2
6	7	7	6	7	5	3	5	5	3	6	6	7	6	3	6	5	3	6
7	2	3	3	4	6	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	4	3	5
8	6	7	6	7	6	6	6	7	5	6	7	5	6	7	5	6	7	
9	5	5	4	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5	2	5	5	3	6
10	3	5	3	3	5	3	4	5	3	5	3	5	6	3	2	4	3	5
11	6	6	6	6	7	6	4	5	6	6	6	5	3	5	6	6	5	6
12	6	6	6	6	5	3	5	5	5	7	6	5	5	5	5	5	2	6
13	4	5	3	5	3	3	5	3	2	5	3	2	5	2	3	4	3	5
14	6	6	6	7	6	6	7	7	6	6	6	7	5	6	6	5	5	5
15	6	6	6	7	7	5	5	5	6	4	5	6	5	5	6	4	7	7
16	6	7	3	7	5	3	6	5	3	6	6	5	6	5	4	6	3	6
17	3	2	2	2	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	4	4	2
18	7	7	3	7	6	3	5	6	3	6	5	2	6	3	6	5	3	5
19	6	7	5	6	5	5	7	3	5	6	7	6	6	6	6	5	5	
20	1	2	2	1	6	2	1	2	3	2	2	1	2	5	2	1	6	1
21	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	6	6	5	5	5	
22	7	7	6	6	5	6	6	7	3	6	6	7	5	5	6	6	6	7
23	5	5	5	3	3	5	3	2	5	3	3	4	3	5	4	3	3	
24	6	7	5	7	6	3	6	6	4	6	6	5	6	5	3	4	4	7
25	2	2	6	1	6	1	2	2	6	2	2	1	3	5	4	3	6	1

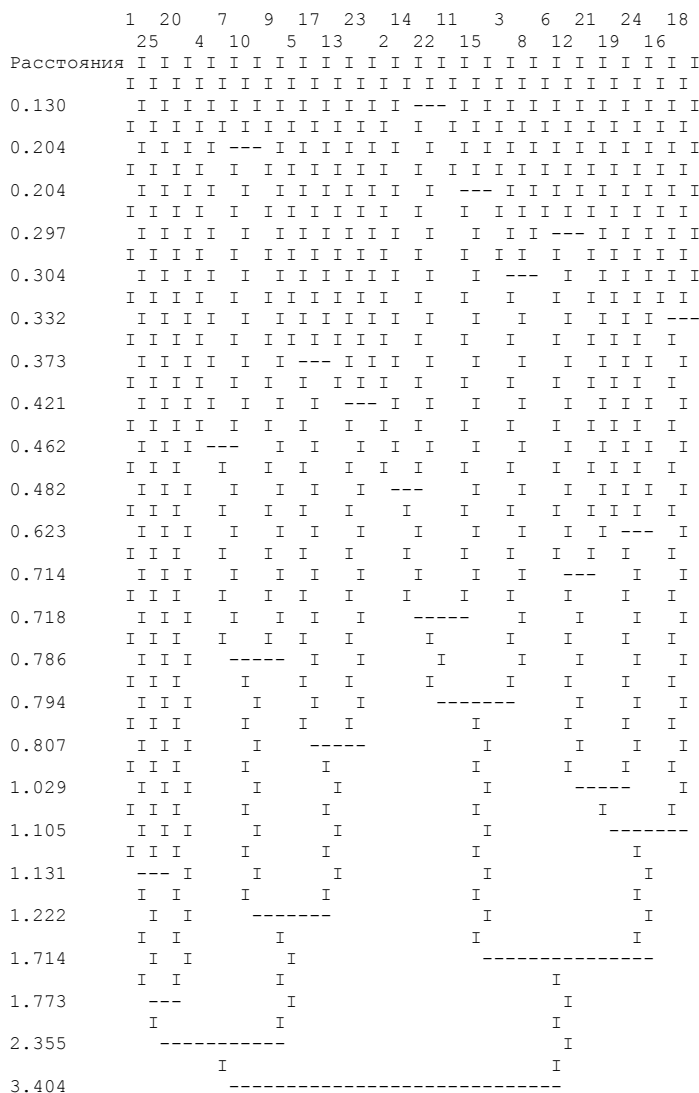
Ф-РЫ Ц П А Ц П А Ц П А Ц П А Ц П А

Таблица 2. Оценки понятий по факторам

	Ценность		Потенция		Активность	
	Сред.	Откл.	Сред.	Откл.	Сред.	Откл.
1 Мое будущее	3.00	0.58	4.33	1.37	4.17	0.90
2 Мое увлечение	6.00	0.58	5.50	0.50	5.83	0.69

3	Достижение успеха	5.83	0.69	6.17	0.69	6.67	0.47
4	Общение с людьми	4.67	0.75	4.00	0.82	3.67	0.94
5	Избегание неприятностей	4.00	0.58	3.00	0.00	3.00	0.58
6	Интересное занятие	6.00	0.82	4.83	1.46	5.17	1.57
7	Мое настоящее	4.17	1.07	3.83	1.21	3.33	0.75
8	Личная независимость	5.83	0.69	6.33	0.47	6.33	0.75
9	Моя работа	5.00	0.00	4.00	1.15	4.33	1.11
10	Моя учеба	4.17	1.07	4.00	1.00	3.50	1.12
11	Занятия спортом	5.17	1.21	5.67	0.75	5.83	0.37
12	Признание окружающих	5.67	0.75	4.83	1.34	5.00	1.00
13	Мое прошлое	4.67	0.47	3.17	0.90	3.00	1.00
14	Материальное благополучие	6.00	0.82	6.00	0.58	6.00	0.58
15	Продвижение по службе	5.17	1.07	5.83	0.90	6.00	0.58
16	Моя профессия	6.17	0.37	5.17	1.21	4.00	1.15
17	Выполнение требований	3.67	1.11	3.00	0.58	2.67	0.47
18	Чтение книг	6.00	0.82	5.00	1.53	3.67	1.37
19	Высшее образование	5.67	0.47	6.00	0.82	5.17	1.21
20	Военная служба	1.33	0.47	3.83	1.86	1.83	0.69
21	Мое здоровье	5.00	0.00	5.00	0.58	4.83	0.90
22	Научная работа	6.00	0.58	6.00	0.82	5.83	1.34
23	Общение с друзьями	4.67	0.47	3.33	0.75	3.50	1.12
24	Моя семья	5.83	0.90	5.67	0.94	4.50	1.38
25	Общественная работа	2.17	0.69	3.83	1.86	3.17	2.27
Средние значения		4.87		4.73		4.44	
Стандартные отклонения		1.25		1.06		1.28	

Рис. 1. Дендрограмма понятий



□

Таблица 1. Оценки ситуаций по состояниям

Ситуа-ции	Состояния																									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
1	2	3	3	2	2	4	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	4	2	2	2	3	2	3	2
2	3	3	4	2	1	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	1	1
3	1	1	1	4	2	3	1	3	4	2	1	3	3	3	4	4	1	3	2	1	1	4	1	4	2	4
4	2	2	3	2	1	2	2	3	1	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2
5	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	1	4	2	3	2	2	3	3	2	2	4	2	3	2
6	1	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3
7	1	2	3	2	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	3	2	3	3
8	2	2	3	1	1	3	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	1	3	3	2	2	2	2	2	3	2
9	3	3	2	2	1	3	3	3	1	1	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	1
10	3	2	3	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	4	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2
11	3	3	4	2	1	2	4	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	1
12	3	3	3	2	1	2	3	2	1	2	3	2	3	2	2	4	2	2	3	3	3	1	3	2	1	1
13	3	3	3	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2
14	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	3	2	4	2	2	2
15	2	2	2	3	1	3	1	2	3	1	1	3	3	3	3	4	1	3	2	2	1	3	2	3	3	4
16	4	2	4	2	1	1	4	2	1	1	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1
17	2	3	2	2	1	3	2	2	2	1	2	3	1	3	3	3	1	3	3	2	1	2	2	3	2	3
18	3	3	2	2	1	3	4	4	1	2	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1
19	2	2	3	2	2	4	3	3	1	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	4	2
20	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2
21	2	2	2	4	1	3	1	3	3	1	1	4	2	3	4	4	1	3	2	2	1	3	2	4	3	4
22	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	3	2	3	2
23	2	1	1	3	3	3	1	3	3	2	1	3	3	3	4	4	2	3	1	1	1	3	1	4	2	4

Таблица 2. Средние оценки ситуаций

N	Ситуация	Среднее	Станд.откл.
1	Вечером после работы	2.50	0.64
2	Среди друзей	2.23	0.80
3	Во время ссоры	2.42	1.21
4	В детстве	2.23	0.64
5	В выходной день	2.54	0.69
6	В незнакомой компании	2.38	0.68
7	Когда я болею	2.35	0.68
8	Сегодня	2.19	0.68
9	Наедине с собой	2.27	0.71
10	С мужчинами	2.23	0.64
11	С женщинами	2.38	0.74
12	На работе	2.27	0.81
13	В большинстве случаев	2.23	0.64
14	В интимной обстановке	2.35	0.62
15	В трудной ответственной ситуации	2.35	0.92
16	Когда я занят увлекательным делом	2.00	0.92
17	Со своими родителями	2.19	0.73
18	Когда я читаю	2.27	0.81
19	В постели	2.31	0.72
20	В кругу семьи	2.42	0.57
21	При денежных затруднениях	2.50	1.08
22	Во время праздничного застолья	2.50	0.64
23	Когда меня критикуют	2.38	1.08
	Среднее	2.33	
	Станд. откл.	0.12	

□

Таблица 3. Средние оценки состояний

N	Состояние	Среднее	Станд.откл.
1	Чувствую себя бодрым и полным сил	2.26	0.74
2	Хочется вкусно поесть	2.39	0.64
3	Рад общению	2.70	0.80
4	Тревожно на душе	2.26	0.67
5	Мне жарко	1.52	0.71
6	Чувствую усталость и желание отдохнуть	2.65	0.70
7	Получаю удовольствие	2.48	0.97
8	Хочется побыть одному	2.65	0.56
9	Мне скучно	2.00	0.88
10	Хочется подышать свежим воздухом	1.78	0.59

11 Я спокоен и уверен в себе	2.30	0.75
12 Нуждаюсь в понимании, сочувствии и поддержке	2.65	0.63
13 Я мерзну	1.87	0.74
14 Хочется тишины и покоя	2.83	0.48
15 Возмущаюсь	2.43	0.71
16 Стараюсь сохранить независимость	3.09	0.72
17 Чувствую физическое влечение	2.04	0.81
18 Настроение грустное	2.35	0.48
19 Хочется выпить чаю или кофе	2.61	0.64
20 Стремлюсь познакомиться поближе	2.04	0.46
21 Хочется повеселиться	1.91	0.58
22 Я волнуюсь и нервничаю	2.13	0.74
23 Хочется побыть вместе	2.52	0.77
24 Обижаюсь	2.39	0.77
25 Хочется выспаться	2.39	0.71
26 Мне неприятно	2.22	1.02
Среднее	2.33	
Станд.откл.	0.35	

Таблица 4. Факторные нагрузки состояний

Состояние	Фактор 1	Фактор 2
1	-0.642	-0.543
2	-0.695	0.203
3	-0.820	-0.040
4	0.789	-0.175
5	0.228	0.663
6	0.403	0.706
7	-0.869	-0.235
8	0.214	0.640
9	0.708	0.084
10	-0.167	0.454
11	-0.890	0.015
12	0.651	0.380
13	0.458	-0.343
14	0.426	0.562
15	0.856	-0.123
16	0.566	-0.434
17	-0.476	0.096
18	0.718	0.019
19	-0.521	0.361
20	-0.593	0.310
21	-0.762	0.236
22	0.798	-0.222
23	-0.688	0.359
24	0.928	-0.116
25	0.212	0.692
26	0.932	0.081
% вклада	43.18	14.37

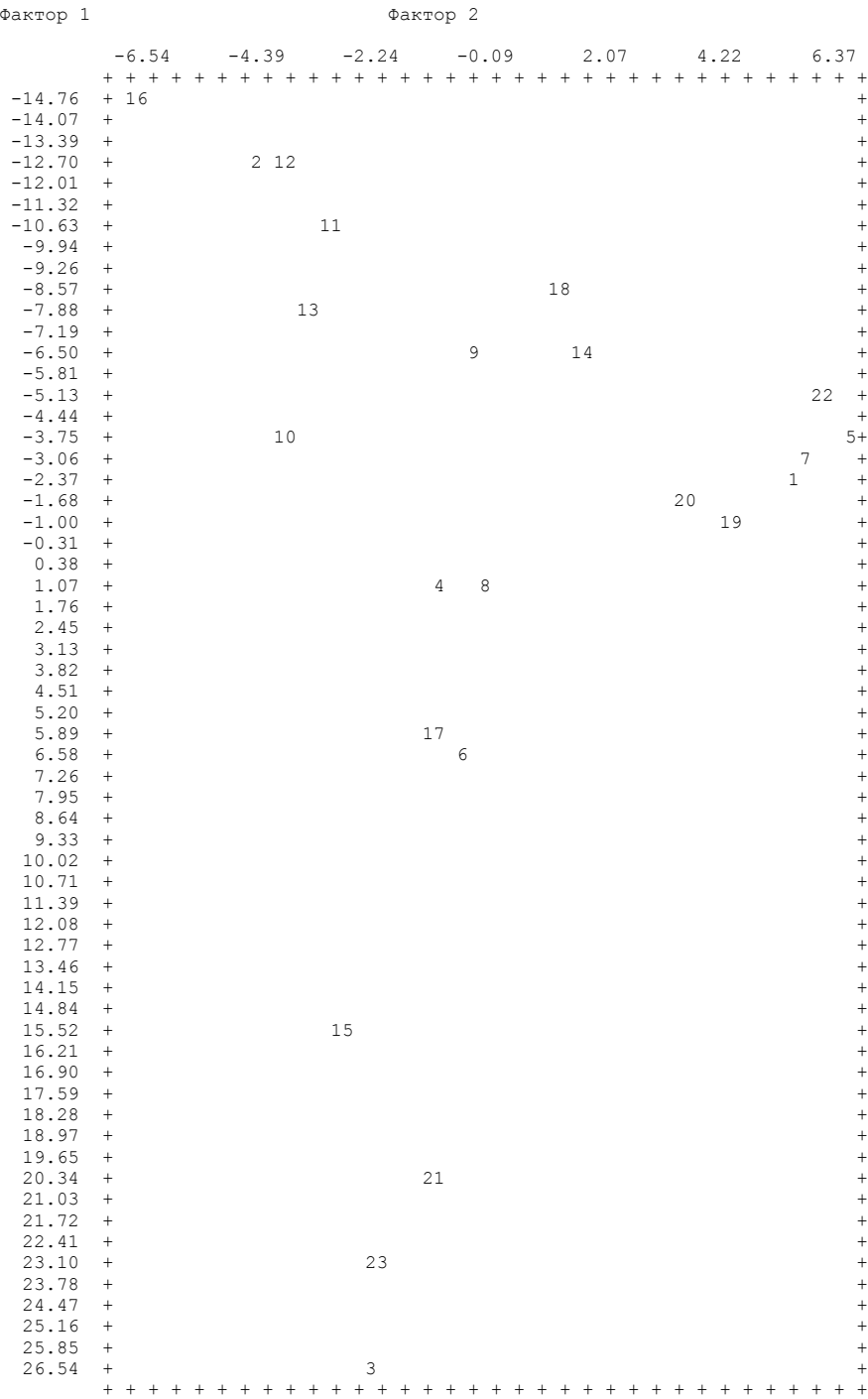
Таблица 5. Факторные оценки ситуаций

Ситуации	Фактор 1	Фактор 2
1	-2.469	5.733
2	-12.419	-4.349
3	26.537	-2.185
4	1.308	-0.903
5	-4.051	6.374
6	6.282	-0.440
7	-3.021	5.873
8	1.339	-0.413
9	-6.178	-0.238
10	-4.054	-3.730
11	-10.603	-2.951
12	-12.481	-4.151
13	-7.543	-3.343
14	-6.216	1.438
15	15.813	-2.603
16	-14.763	-6.545
17	5.543	-1.009
18	-8.682	1.526
19	-0.886	4.758
20	-1.767	3.757
21	20.191	-0.980

22	-5.034	6.354
23	23.155	-1.975

□

Рисунок 1. Скатерграмма ситуаций



□

Приложение 3. Образцы протоколов программы Osgood и заключений по результатам диагностики мотивации сотрудников коммерческой фирмы

В приложении представлены результаты исследования мотивации нескольких сотрудников отдела маркетинга одного из издательств.

Ольга Б.

1. Базовые потребности:
Базовые потребности ограничиваются дружескими отношениями.

2. Степень удовлетворенности базовых потребностей:

Потребность в дружеских отношениях не является удовлетворенной.

3. Актуальные потребности в настоящем:

Под влиянием обстоятельств и в качестве компенсации неудовлетворенной потребности в дружеских отношениях возникает интерес к бизнесу.

4. Ожидания, надежды, намерения, планы на будущее:

В будущем намерена продолжать заниматься бизнесом.

5. Отношение к себе:

Отношение к себе сложное и противоречивое. Склонна рассматривать себя как источник неприятностей. Стремится выполнять семейные обязанности, а также считает себя сотрудником фирмы.

6. Отношение к работе:

К работе побуждают потребность в материальном благополучии и общении с другими сотрудниками фирмы, стремление к профессиональным успехам и забота о семье. Однако эти потребности являются далеко не ведущими.

7. Отношение к Издательству:

Отношение к Издательству противоречивое. С одной стороны воспринимает Издательство как условие карьерного роста, с другой стороны как источник угрозы, ассоциирующийся с неудачами.

8. Отношение к руководству:

Аналогичное отношению к Издательству.

9. Отношение к другим фирмам:

К другим фирмам относится безразлично.

10. Примечания:

Старается не думать о заработной плате.

11. Резюме:

Интерес к бизнесу взамен неудовлетворенной потребности в доверии и близких отношениях практически не связан с профессиональной работой на фирме. Материальные и коммуникативные потребности не являются достаточными мотивами профессиональной деятельности. Боится руководства и всего, связанного с Издательством.

Понятия	Шкалы																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	6	3	7	2	3	4	4	2	5	2	5	2	4	7	1	5	2	6
2	5	3	6	5	6	6	3	3	6	5	4	7	3	7	7	4	6	6
3	5	4	5	4	2	6	4	4	4	4	6	3	5	3	5	4	4	5
4	4	2	2	3	2	5	4	6	2	5	2	2	4	4	2	4	4	4
5	5	2	6	4	6	4	2	4	5	6	6	7	3	7	6	4	5	4
6	4	7	5	6	5	6	5	6	3	6	6	4	7	7	5	4	4	5
7	2	6	3	6	6	3	1	2	5	2	4	4	4	6	3	3	5	3
8	6	6	6	5	5	6	5	6	6	4	6	7	4	4	4	4	4	4
9	5	5	7	6	6	5	5	6	4	6	6	7	4	5	6	4	5	6
10	2	3	5	3	6	6	3	4	5	4	5	6	4	5	4	4	4	4
11	7	7	6	6	3	6	5	7	1	7	7	7	4	7	6	5	6	5
12	3	3	3	4	4	4	4	6	5	5	5	6	4	4	5	4	4	5
13	3	6	6	4	5	6	4	6	2	4	6	5	3	7	5	4	6	6
14	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	7	4	6	6	4	4	5
15	5	2	6	6	3	6	7	6	4	6	6	5	4	4	4	4	4	5
16	4	5	6	4	6	4	2	5	5	2	6	6	4	6	4	4	5	2
17	5	4	4	6	2	4	4	4	2	6	5	5	2	5	6	4	4	3
18	1	6	3	4	6	3	3	6	3	6	5	6	5	5	3	4	2	6
19	6	6	6	6	1	7	6	5	2	7	6	4	6	3	3	4	2	3
20	3	4	4	2	6	2	3	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	2
21	4	2	3	4	4	3	2	2	5	4	4	5	4	6	5	4	4	3
22	2	6	2	5	5	2	3	4	3	5	4	4	3	6	2	3	4	3
23	5	5	2	6	2	3	2	3	3	6	5	6	4	5	6	4	4	6
24	2	7	1	5	5	1	2	7	3	4	6	3	4	5	4	4	4	6
25	4	5	2	4	4	6	4	6	2	5	4	6	6	6	5	4	4	3
26	1	7	2	1	5	2	3	2	6	1	7	3	3	5	3	2	7	1
27	4	2	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	2	3	4	4	2
28	5	3	2	6	4	6	6	7	5	6	5	6	4	5	6	4	4	4
29	1	1	2	1	5	7	2	2	2	1	2	3	2	2	1	1	4	2
30	6	6	4	5	6	2	4	7	5	6	6	6	6	6	5	3	5	
31	2	4	4	6	1	7	7	6	3	6	2	5	6	2	5	4	2	5
32	4	6	6	4	6	2	4	5	2	6	5	4	2	7	1	4	5	2

N	Понятия	Факторы					
		Ценность		Активность		Потенция	
		Сред.	Откл.	Сред.	Откл.	Сред.	Откл.

1	Достижение успеха	3.83	1.46	3.67	1.80	4.17	2.11
2	Мое прошлое	4.17	0.90	4.83	1.57	6.33	0.47
3	Общение с людьми	4.33	0.47	3.83	1.21	4.67	0.94
4	Моя учеба	4.00	0.58	3.33	1.49	2.83	1.21
5	Мое будущее	4.00	1.29	5.00	1.63	5.33	1.11
6	Мое увлечение	5.33	1.11	5.83	1.07	4.67	0.94
7	Неудача	3.00	1.63	4.83	1.46	3.50	0.76
8	Интересное занятие	4.67	0.75	5.17	0.90	5.50	1.12
9	Мое настоящее	5.00	0.82	5.50	0.50	5.83	1.07
10	Моя фирма	3.33	0.75	4.50	0.96	5.00	0.82
11	Личная независимость	5.67	1.11	6.17	1.46	5.17	1.95
12	Моя работа	4.00	0.58	4.33	0.94	4.67	0.94
13	Я	3.67	0.47	6.00	0.58	5.00	1.41
14	Занятия бизнесом	4.33	0.47	4.83	0.69	5.33	0.94
15	Признание окружающими	5.33	1.11	4.17	1.46	5.00	0.82
16	Неприятности	3.33	0.94	5.50	0.50	4.50	1.38
17	Сотрудники фирмы	4.50	1.38	4.00	1.00	4.00	1.29
18	Моя семья	3.83	1.57	5.00	1.41	4.00	1.41
19	Мое свободное время	5.83	0.90	3.83	1.95	4.17	1.77
20	Угроза	3.17	0.69	4.17	1.07	3.33	0.94
21	Моя профессия	3.67	0.75	3.67	1.37	4.00	1.00
22	Руководство фирмы	3.50	1.12	4.83	0.90	2.67	0.75
23	Материальное благополучие	4.50	1.38	4.00	1.15	4.33	1.70
24	Моя карьера	3.50	1.12	5.67	1.11	3.00	1.73
25	Выполнение обязанностей	4.50	0.76	4.83	0.90	4.00	1.73
26	Моя заработная плата	1.83	0.90	5.50	1.80	2.83	1.57
27	Другие фирмы	4.00	0.00	3.50	1.12	3.17	0.90
28	Выгода	5.17	0.90	4.67	1.25	4.83	1.46
29	Волеизъявление	1.33	0.47	2.67	1.37	2.83	1.95
30	Мои друзья	5.33	0.75	5.67	1.25	4.67	1.37
31	Творчество	5.17	1.67	2.83	1.67	4.83	1.21
32	Издательство	4.00	1.15	5.67	0.75	2.83	1.67
	Средние значения	4.12		4.63		4.28	
	Станд. отклонения	0.99		0.91		0.96	

9

[illegible]

1.383	-----	I	I		I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
		I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.608		I	I	I	I		-----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
		I	I	I	I	I		I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.635	-----		I		I			I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
		I		I		I		I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.842		I		I		I		I	I	-----			I	I	I	I	I
		I		I		I		I	I		I		I	I	I	I	I
1.896	-----					I		I	I		I		I	I	I	I	I
		I				I		I	I		I		I	I	I	I	I
2.121							-----		I		I		I	I	I	I	I
								I		I		I		I	I	I	I
2.515					I			I		I		-----		I		I	I
					I			I		I			I		I	I	I
2.699						-----							I		I	I	I
								I					I		I	I	I
3.092								I						-----			
								I							I		
4.303								I									

□

Александр В.

1. Базовые потребности:

Стремится к достижению успеха и творческой деятельности.

2. Степень удовлетворенности базовых потребностей:

Потребность в успехе не удовлетворена, потребность в творчестве удовлетворялась в прошлом

3. Актуальные потребности в настоящем:

Под влиянием обстоятельств озабочен проблемами материального благополучия, выгоды, заработка, признания, карьеры, профессиональной деятельности, работы и отношений с руководством и другими сотрудниками, которые стремится тщательно скрывать. Особенно старается скрыть отношение к другим фирмам.

4. Ожидания, надежды, намерения, планы на будущее:

Потребности в общении, личной независимости, семейном благополучии и чувство долга побуждают к работе в Издательстве в будущем.

5. Отношение к себе:

С интересом относится к себе и своей прошлой творческой деятельности. Не объединяет себя ни с кем из других людей.

6. Отношение к работе:

Работа побуждается большим количеством актуальных потребностей, прежде всего, материальных и потребностей в самоутверждении и повышении своего положения.

7. Отношение к Издательству:

К будущей работе в Издательстве побуждают потребности в общении с людьми, личной независимости, выполнении обязанностей и семейном благополучии.

8. Отношение к руководству:

Считает себя причастным к руководству фирмой.

9. Отношение к другим фирмам:

Тщательно скрывает. Возможно, рассматривает как источник материального благополучия в настоящем, но в будущем не связывает своих ожиданий и планов с другими фирмами.

10. Примечания:

Практически не думает о друзьях, досуге. Озабочен состоянием здоровья своего или своих близких.

11. Резюме:

Неудовлетворенная потребность в творческих успехах приводит к озабоченности проблемами на работе и актуализации потребностей в прочном материальном и социальном положении, которые побуждают к профессиональной деятельности. Связывает свои планы с работой в издательстве.

Понятия	Шкалы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	7	6	4	7	5	4	7	4	4	7	4	4	6	6	4	6	6	4	4
2	6	4	4	6	4	4	4	4	4	4	6	4	6	4	4	6	4	4	4
3	6	5	4	6	4	4	4	4	4	3	6	4	6	6	4	6	6	4	4
4	6	6	4	6	4	4	4	4	4	3	7	5	6	6	4	6	6	4	4
5	6	4	4	6	5	4	5	4	3	6	4	6	4	4	4	5	5	4	4
6	7	5	4	7	4	4	6	5	5	7	5	6	6	4	5	6	4	4	4
7	1	4	4	1	6	4	1	4	4	1	4	2	3	4	3	4	4	4	4
8	7	4	4	7	4	4	6	5	4	7	4	6	6	4	6	7	4	4	4
9	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
11	6	4	4	6	4	4	5	5	4	6	4	4	4	4	5	5	4	4	4

10. Примечания:

11. Резюме:

N	Понятия	Факторы					
		Ценность		Активность		Потенция	
		Сред.	Откл.	Сред.	Откл.	Сред.	Откл.
1	Достижение успеха	4.83	1.34	4.33	1.60	4.83	1.46
2	Мое прошлое	5.00	1.15	5.00	0.82	5.00	1.29
3	Общение с людьми	4.50	0.76	4.00	1.00	4.67	1.11
4	Моя учеба	5.00	0.58	4.83	0.69	4.67	0.94
5	Мое будущее	4.33	0.75	4.33	0.75	4.50	0.76
6	Мое увлечение	4.67	0.94	4.33	0.75	4.50	0.76
7	Неудача	2.33	1.25	4.50	1.71	3.00	1.41
8	Интересное занятие	5.83	0.37	4.67	1.25	5.50	0.50
9	Мое настоящее	4.67	0.94	4.17	0.37	4.33	0.47
10	Моя фирма	4.00	0.58	4.17	0.37	3.67	0.47
11	Личная независимость	5.50	0.76	4.83	1.07	5.00	1.00
12	Моя работа	4.67	0.75	4.50	0.76	4.67	0.75
13	я	4.33	0.75	4.33	0.47	4.83	0.69
14	Занятия бизнесом	5.50	0.76	6.00	0.00	6.00	0.00
15	Признание окружающими	5.17	1.86	5.17	1.67	5.83	0.90
16	Неприятности	3.17	1.86	5.00	1.53	3.50	1.80
17	Сотрудники фирмы	4.50	0.50	4.33	0.47	4.33	0.47
18	Моя семья	5.83	0.37	4.50	1.38	4.33	1.37
19	Мое свободное время	4.83	0.69	4.33	0.47	3.83	0.37
20	Угроза	2.67	0.94	5.50	0.76	4.17	1.67
21	Моя профессия	4.17	0.37	4.00	0.00	4.00	0.00
22	Руководство фирмы	3.33	0.47	3.50	0.76	3.17	0.37
23	Материальное благополучие	5.17	0.69	4.67	0.94	5.00	0.58
24	Моя карьера	4.83	0.37	4.83	0.37	5.00	0.00
25	Выполнение обязанностей	4.67	0.94	4.33	0.75	4.50	0.76
26	Моя заработная плата	4.00	0.00	4.00	0.00	4.33	0.47
27	Другие фирмы	4.00	0.00	4.33	0.47	4.50	0.50

28	Выгода	5.00	0.00	4.33	0.75	5.00	0.00
29	Болезнь	1.00	0.00	5.00	2.83	2.50	2.29
30	Мои друзья	5.17	0.37	4.50	0.76	4.67	0.47
31	Творчество	5.00	0.00	4.50	0.76	5.00	0.00
32	Издательство	3.33	0.47	3.67	0.75	3.33	0.47
	Средние значения	4.41		4.52		4.44	
	Станд. отклонения	1.03		0.49		0.77	

	1	12	23	2	4	8	3	17	25	13	10	26	22	7	16	14
	28	30	31	24	11	18	5	6	9	27	21	19	32	29	20	15
Расстояния	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.000	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.271	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.271	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.298	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.376	I	I	I	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.376	I	I	I	I	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.403	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.425	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.465	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.487	I	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.508	I	I	I	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.542	---	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.543	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.568	---	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.637	I	I	I	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.662	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.730	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.755	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.862	---	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.004	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.134	---	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.148	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.375	---	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.424	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.739	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.773	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.821	---	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
2.349	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
2.930	---	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
3.421	---	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
4.633	---	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I

□

Татьяна А.

1. Базовые потребности:

Ориентирована главным образом на общение, независимость и материальную выгоду, которые, однако, не слишком побуждают к работе.

2. Степень удовлетворенности базовых потребностей:

Находит другие способы удовлетворения базовых потребностей.

3. Актуальные потребности в настоящем:

Полностью совпадают с базовыми потребностями в общении, независимости и материальном благополучии.

4. Ожидания, надежды, намерения, планы на будущее:

В будущем собирается вернуть уже имевшие место в прошлом успех, карьеру, заработную плату. Причем, неважно, где: в Издательстве или в других фирмах. Неудача в связи с Издательством и другими фирмами тоже весьма вероятна.

5. Отношение к себе:

Отождествляет себя с друзьями, другими сотрудниками фирмы и семьей. Считает себя творческой личностью.

6. Отношение к работе:

К работе побуждают только возможность свободного времени, признание со стороны других людей и выполнение обязанностей, хотя это и не самые сильные потребности.

7. Отношение к Издательству:

Издательство аналогично другим фирмам: давало и может давать в будущем зарплату, карьеру, возможность успехов и неудач.

8. Отношение к руководству:

О руководстве фирмы старается вообще не думать.

9. Отношение к другим фирмам:

Не лучше и не хуже, чем Издательство. Имели место в прошлом и будут еще в будущем. Позволяют так же зарабатывать и делать карьеру, как и издательство. Успех и неудачи в других фирмах равновероятны.

10. Примечания:

Может использовать болезни для удовлетворения потребностей, решения проблем и выхода из затруднительных ситуаций. Считает бизнес своей профессией.

11. Резюме:

Вполне удовлетворяет материальные и социальные потребности, но не с помощью работы, семьи и друзей. В будущем хочет вернуть былую зарплату и карьеру в Издательстве или других фирмах. Мотивы работы не слишком выражены.

Понятия	Шкалы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	3	3	3	3	5	3	5	4	6	7	5	4	4	7	3	4	5	4	
2	5	7	5	4	5	5	4	3	3	3	3	3	5	5	3	4	5	5	
3	5	5	4	6	4	5	5	4	3	3	4	2	7	3	7	5	4	4	
4	5	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	7	1	3		
5	5	7	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4		
6	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	3	
7	4	5	4	3	4	5	4	4	5	6	5	5	4	3	4	5	5		
8	7	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	
9	5	4	5	4	5	5	3	4	4	6	4	4	5	3	2	3	3		
10	5	4	5	4	4	3	5	5	5	3	4	5	4	6	7	5	4	3	
11	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	3	7	5	3	5	3	3	
12	5	5	5	5	4	4	4	6	5	5	5	7	7	1	7	7	1	7	
13	7	7	6	6	4	5	7	6	7	6	7	7	6	1	7	7	1	5	
14	7	6	1	7	5	3	5	6	6	7	7	7	7	5	6	7	4	7	
15	7	7	5	7	1	6	5	7	1	7	6	7	7	1	5	7	1	5	
16	3	4	6	3	5	6	1	6	6	3	7	5	4	6	3	3	6	6	
17	7	7	1	7	2	4	5	7	7	7	7	7	7	4	7	7	1	7	
18	7	7	6	5	3	5	5	7	5	7	5	7	6	4	5	6	1	7	
19	6	7	7	6	3	6	5	5	6	6	4	4	6	1	7	7	1	4	
20	1	5	4	1	7	4	2	6	5	4	5	5	4	5	5	2	7	4	
21	7	7	3	7	4	3	6	7	5	7	7	6	7	4	7	7	4	6	
22	7	5	1	7	4	4	4	5	2	5	5	4	4	4	4	6	4	4	
23	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	3	5	
24	7	7	4	5	4	4	4	4	5	7	4	4	6	4	5	7	4	4	
25	5	5	6	4	4	4	4	5	4	4	3	7	6	5	7	7	1	5	
26	7	7	1	4	5	4	4	4	5	4	4	4	7	5	6	4	7	5	
27	4	5	5	3	4	5	4	4	3	4	5	6	4	6	6	4	4	4	
28	4	4	4	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
29	2	4	5	4	3	4	6	4	4	3	3	4	5	4	4	3	2	4	
30	7	7	7	7	2	7	7	7	5	7	7	7	7	1	7	7	1	5	
31	7	7	5	7	4	4	3	5	6	7	7	7	7	3	7	7	1	4	
32	4	4	5	5	4	4	4	4	4	7	7	7	5	6	5	7	4	4	

N	Понятия	Факторы					
		Ценность		Активность		Потенция	
		Сред.	Откл.	Сред.	Откл.	Сред.	Откл.
1	Достижение успеха	4.33	1.37	4.83	1.21	3.83	1.07
2	Мое прошлое	4.17	0.69	4.67	1.37	4.00	1.00
3	Общение с людьми	5.17	1.21	4.00	0.58	4.17	1.57
4	Моя учеба	4.33	1.37	3.00	1.00	3.00	0.58

1.665	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.870	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.927	I	I	I	I	I	I	I	I	I
2.437	I	I	I	I	I	I	I	I	I
2.491	I	I	I	I	I	I	I	I	I
3.236	I	I	I	I	I	I	I	I	I
3.855	I	I	I	I	I	I	I	I	I

□

Лидия Г.

1. Базовые потребности:

Характеризуется выраженными потребностями в общении, успехе, независимости и признании, которые вынуждают заниматься профессиональной работой в Издательстве, бизнесом, поддержанием дружеских отношений и деятельностью на досуге.

2. Степень удовлетворенности базовых потребностей:

Базовые потребности в настоящее время не удовлетворены и нет надежды на удовлетворение их в будущем, что может проводить к сильному эмоциональному напряжению.

3. Актуальные потребности в настоящем:

Озабочена делами фирмы.

4. Ожидания, надежды, намерения, планы на будущее:

Не ожидает никаких изменений по сравнению с прошлым и настоящим.

5. Отношение к себе:

Связывает себя с профессиональной работой в издательстве и руководством.

6. Отношение к работе:

К работе побуждают мощные базовые потребности.

7. Отношение к Издательству:

Издательство дает дружеское общение с другими сотрудниками на работе и на досуге, возможность успеха, независимости и признания. Относится к Издательству с интересом и увлечением.

8. Отношение к руководству:

Связывает себя в сознании с руководством.

9. Отношение к другим фирмам:

Другие фирмы ничего кроме неприятностей не вызывают.

10. Примечания:

Старается игнорировать семейные проблемы.

11. Резюме:

Сильно заинтересована в работе в Издательстве ради удовлетворения базовых потребностей в общении и самоутверждении, которые, тем не менее, так до конца и не удовлетворяются ни сейчас, ни в ожидаемом будущем.

Понятия	Шкалы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	6	2	6	1	6	3	6	4	6	6	6	6	7	3	7	7	4	5	
2	4	6	6	4	4	6	4	6	6	6	6	6	7	6	4	6	6	2	5
3	7	6	5	7	2	6	6	6	4	6	6	6	7	7	4	6	6	4	5
4	7	6	6	6	3	4	6	5	3	5	6	5	6	4	5	5	3	5	
5	6	6	6	4	4	7	4	4	6	4	6	6	6	6	7	6	4	5	
6	6	5	6	6	2	2	6	5	6	6	4	6	7	4	6	6	4	5	
7	1	5	4	2	6	6	2	5	6	2	6	6	6	6	2	4	6	6	
8	7	5	6	6	4	4	6	6	4	7	4	6	7	4	6	7	4	4	
9	6	6	6	5	3	7	6	5	5	6	7	7	7	7	7	6	4	4	
10	6	6	7	6	3	6	6	6	7	7	7	7	6	5	7	5	4	5	
11	6	6	4	4	2	4	6	4	6	5	6	7	7	4	6	4	3	5	
12	7	7	6	6	2	6	4	6	7	6	6	7	7	4	6	5	4	4	
13	7	7	4	6	2	6	6	7	7	5	6	7	7	4	7	6	3	4	
14	6	5	6	6	3	5	5	5	5	6	5	6	6	4	5	5	4	4	
15	7	7	6	7	3	3	6	6	6	6	4	6	7	4	6	5	3	4	
16	3	2	3	4	4	2	4	4	4	3	2	5	6	4	6	4	5	3	
17	7	7	7	7	1	1	7	7	6	7	7	7	7	1	7	7	3	4	
18	7	7	7	7	1	6	6	7	7	7	7	7	7	1	7	7	1	6	
19	7	7	7	7	1	1	7	7	7	7	1	7	7	3	7	6	4	4	
20	1	7	2	1	7	6	2	6	7	1	6	6	3	4	2	2	6	5	
21	7	7	7	7	1	3	7	7	7	7	7	7	7	3	7	7	3	4	

22	6	5	5	5	2	7	6	6	6	6	7	6	4	7	6	4	4
23	6	5	5	6	6	2	6	6	3	6	6	6	4	6	6	4	4
24	7	6	6	6	4	3	5	6	2	6	6	7	4	6	6	4	4
25	6	5	4	6	2	2	5	5	2	4	6	7	7	4	6	6	4
26	5	4	4	6	4	3	6	6	5	6	6	7	7	4	7	6	4
27	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	6	6	4	5	4	4	4
28	6	5	6	6	5	3	5	5	5	6	6	6	6	4	6	5	4
29	1	6	6	2	6	2	2	6	2	2	6	6	6	4	6	5	4
30	7	7	7	7	1	4	7	7	7	7	7	7	2	6	7	1	4
31	7	7	6	6	6	2	6	6	2	6	6	7	4	6	7	3	4
32	6	7	4	6	2	6	6	6	6	6	7	6	4	7	6	3	4

N	Понятия	Факторы					
		Ценность		Активность		Потенция	
		Сред.	Откл.	Сред.	Откл.	Сред.	Откл.
1	Достижение успеха	5.50	2.06	4.17	1.46	5.50	1.26
2	Мое прошлое	5.00	1.00	4.67	1.49	6.00	0.58
3	Общение с людьми	6.50	0.50	4.67	1.49	5.50	0.96
4	Моя учеба	5.83	0.69	4.50	1.26	4.67	0.94
5	Мое будущее	5.00	1.00	5.00	1.00	6.17	0.69
6	Мое увлечение	6.17	0.37	4.00	1.00	5.17	1.46
7	Неудача	2.83	1.67	5.67	0.47	5.00	1.53
8	Интересное занятие	6.67	0.47	4.50	0.76	5.00	1.00
9	Мое настоящее	6.00	0.58	5.33	1.49	6.00	1.15
10	Моя фирма	6.00	0.58	5.17	1.34	6.50	0.76
11	Личная независимость	5.33	1.11	4.17	1.46	5.33	1.11
12	Моя работа	5.83	1.07	4.83	1.67	6.00	1.00
13	Я	6.17	0.69	4.83	1.95	5.83	1.34
14	Занятия бизнесом	5.67	0.47	4.33	0.75	5.17	0.69
15	Признание окружающими	6.33	0.75	4.50	1.50	5.17	1.21
16	Неприятности	4.00	1.00	3.50	1.12	3.83	1.34
17	Сотрудники фирмы	7.00	0.00	4.33	2.75	5.33	2.21
18	Моя семья	6.83	0.37	4.00	3.00	6.67	0.47
19	Мое свободное время	6.83	0.37	3.83	2.48	5.50	2.29
20	Угроза	1.67	0.75	6.00	1.00	4.67	1.97
21	Моя профессия	7.00	0.00	4.67	2.43	5.83	1.67
22	Руководство фирмы	5.83	0.37	4.50	1.38	6.00	1.15
23	Материальное благополучие	6.00	0.00	5.17	0.90	4.33	1.49
24	Моя карьера	6.17	0.69	5.00	1.00	4.50	1.61
25	Выполнение обязанностей	5.67	0.94	4.33	1.25	4.17	1.86
26	Моя заработная плата	6.00	0.58	4.67	0.94	5.00	1.53
27	Другие фирмы	4.50	0.76	4.00	0.00	4.17	1.21
28	Выгода	5.67	0.47	4.83	0.69	5.00	1.15
29	Болезнь	3.00	1.83	5.33	0.94	4.67	1.89
30	Мои друзья	7.00	0.00	4.17	2.85	5.83	1.34
31	Творчество	6.50	0.50	5.33	1.37	4.33	1.80
32	Издательство	6.00	0.00	4.67	1.80	5.67	1.25
	Средние значения	5.64		4.65		5.27	
	Станд. отклонения	1.23		0.54		0.71	

□

	1	14	8	17	30	32	13	21	2	9	4	28	23	31	27	29
	11	6	15	19	3	12	22	18	5	10	26	25	34	16	7	20
Расстояния	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.272	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.359	I	I	I	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.359	I	I	I	I	I	I	I	---	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.409	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	---	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.410	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	---	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.470	I	I	I	I	I	I	---	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.525	----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.609	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	----	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.639	I	I	I	I	I	I	----	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.645	I	I	----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.656	I	I	I	I	I	I	I	I	---	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.682	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	----	I	I	I	I	I

	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.711	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.757	-----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.772	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.785	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.785	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
0.916	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.029	-----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.105	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.110	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.152	-----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.229	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.362	-----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.428	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.543	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
1.791	-----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
2.132	-----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
2.602	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
3.378	-----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I
4.115	-----	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I	I

Текст взят с психологического сайта <http://www.myword.ru>