

Н.В.Зоткин

МЕТОДИКА ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МОТИВАЦИОННО-ПОТРЕБНОСТНОЙ СФЕРЫ ЛИЧНОСТИ

Психологические исследования: сб. науч. тр: Вып. 4. Самара: Изд-во «Универс-групп», 2007. С. 150-154.

nvzotkin@yandex.ru

Исследование потребностей и мотивации поведения человека проводится разнообразными опросниками, реже – проективными методиками и психосемантическими методами. Опросники и анкеты позволяют быстро собрать необходимую информацию, но ограничены в возможностях выявления истинной мотивации респондента. Это связано с тем, что составители опросников не всегда могут учесть все возможные варианты поведения испытуемых и причин этого поведения, а, с другой стороны, испытуемые могут фальсифицировать ответы в силу собственных причин и устремлений, искажая, тем самым, получаемую информацию.

Проективные методики и психосемантические методы дают более обширную и точную информацию, но обычно требуют больше времени на проведение и обработку результатов, что не всегда возможно при ограничении времени психодиагностического исследования.

Одним из общих недостатков психодиагностических методик является задавание исследователем изучаемых параметров, что не дает возможности испытуемым проявить свои собственные индивидуально-личностные особенности, истинные устремления и причины поведения. Методики, дающие такую возможность, вызывают у исследователей серьезные трудности с обработкой неструктурированной информации.

В психодиагностике постоянно создаются новые методики, изучающие как новые, так и ранее исследованные области мотивации. Но при этом сохраняется актуальность создания методик, дающих максимально полное представление о мотивационно-потребностной сфере человека.

Для исследования специфики мотивационно-потребностной сферы личности нами был разработан проективная методика, основой для которого послужили метод мотивационной индукции Ж.Нюттена [1] и методика «20 ответов на вопрос «Кто Я?» М.Куна [3].

Первый вариант методики модифицированного варианта метод мотивационной индукции Ж.Нюттена заключается в самостоятельном заполнении испытуемыми списка

из 25 пунктов, которые представлены как ответы на незаконченное предложение «Я хочу...».

Испытуемым предлагается в течение десяти минут дать 25 (или больше) окончаний начала предложения «Я хочу...». Окончание может быть слово, фраза или предложение. Никаких ограничений в формулировке окончаний нет.

После этого испытуемым предлагается заполнить две следующие графы (колонки), в которых напротив каждого окончания предложения «Я хочу...» они отвечают на два вопроса. Во второй графе испытуемые должны ответить на вопрос «Когда», то есть указать точный срок исполнения этих желаний. В третьей графе, на вопрос «Каким образом», испытуемые указывают возможности и пути исполнения своих желаний.

Эти две колонки испытуемые заполняют по возможности. Отсутствие записи во второй графе показывает нереалистичность желаний, в третьей – невозможность их реализации. Общее количество отсутствующих записей показывает степень реалистичности потребностной сферы испытуемого.

Второй вариант методики заключается в заполнении испытуемыми списка из 25 пунктов, которые представлены как ответы на незаконченное предложение «Я люблю...». Инструкция дается так же, как и в первом варианте. По окончании испытуемые заполняют вторую графу (напротив каждого предложения), отвечая на вопрос: «Как часто?».

Первый вариант методики («Я хочу...») выявляет желания и потребности испытуемого, второй вариант – («Я люблю...») – его предпочтения.

Потребность – состояние человека, созданное нуждой и (или) желанностью объектов, необходимых для его существования и развития. Потребность запускает активность человека на поиск и достижение цели, удовлетворяющей эту потребность.

Желание – переживание потребности, переходящая в действенную мысль о возможности чем-либо обладать или что-либо осуществить. Желание, в отличие, например, от влечения, характеризует осознанность, наличие поставленной цели и построение планов ее достижения. Желания, как влечения и хотения, являются выражением потребностей.

Предпочтение – это признание преимущества перед чем-либо, избирательность, признание лучшим или более подходящим для человека. Согласно А.Эдвардсу, предпочтение – это сравнение кого-либо или чего-либо, на основе которого делается выбор; этот выбор характеризует самого человека, его активность, направленность, потребности, желания, увлечения. Предпочтения являются одной из разновидностей мотивационной установки, которая является сформированным и устойчивым во времени

мотивационным образованием, реализующимся при появлении соответствующей ситуации.

Таким образом, предлагаемая нами методика позволяет выявить мотивационно-потребностную сферу человека исходя из ее понимания самим испытуемым.

Для построения системы обработки полученных результатов нами было проведено специальное исследование. В исследовании по первому варианту приняло участие 160 человек в возрасте от 14 до 50 лет. В исследовании по второму варианту приняло участие 120 человек в возрасте от 16 до 55 человек. В процессе исследования были выделены (на основании существующих классификаций Ж.Нюттена, А.Маслоу, А.Л.Эдвардаса, Г.Мюррея и др.) наиболее ярко выраженные категории потребностей, желаний и предпочтений у испытуемых, приводимые ниже.

Категории оценки потребностей и желаний на основании ответов («Я хочу...») испытуемых с примерами конкретно-обобщенных высказываний:

Физиологические потребности (спать, съесть что-либо, подвижный отдых).

Потребность в отдыхе и развлечениях (отдохнуть, каникулы, лето, отпуск, праздник, увеличение личного свободного времени, посмотреть фильмы, сходить в кино, театр и другой культурный отдых, послушать музыку, поиграть на компьютере, развлечься, активный отдых – спорт, бассейн, фитнес, шейпинг).

Приобретение, обладание (приобретение квартиры, собственного дома, дачи, улучшение жилищных условий, приобретение машины, компьютера, другой техники, одежды, аксессуаров, косметики, мебели).

Аффиляция (встретиться с друзьями, завести новые знакомства, общение с противоположным полом, общение с родственниками, надежных и верных друзей, встреча со знаменитостью, выйти замуж – жениться, найти спутника жизни, хорошие отношения с коллективом).

Потребность в достижениях (окончить школу, ВУЗ, сдать экзамены, сессию, поступить в ВУЗ, устроиться на высокооплачиваемую работу, завоевать уважение и признание, успех в какой-либо деятельности, обеспечение безбедного существования, крупные покупки как подтверждение социального статуса).

Радикализм, потребность в изменениях (путешествия, отдых за границей, жить в другом городе, стране, радикально изменить свою внешность, облик, поменять круг друзей, сменить что-либо в интерьере, совершить экстремальный поступок, разнообразить жизнь, освоить новый вид деятельности, найти, сменить работу).

Автономия, самостоятельность (работать, не зависеть от родителей).

Профессиональные потребности (много зарабатывать, быть самостоятельным, иметь свое дело, карьерный рост, что-либо конкретное по работе).

Потребности саморазвития, самореализации (самообразование, освоить иностранный язык, спорт, гимнастика, заняться своим телом, внешность).

Потребность в жизненном благополучии (стать счастливым, быть здоровым, гармонии, материального благополучия, хорошая зарплата, хорошая работа).

Потребность в социальной и экономической безопасности (хорошая (бесплатная) медицина, хорошее (бесплатное) образование, повышение пенсий, улучшение жизненных и социальных условий в целом за счет государства, отсутствие войны, улучшение экономической ситуации, прекращение роста цен, улучшение условий в городе, забота о молодежи (занятость, отсутствие наркомании, алкоголизма, курения), повышения уровня культуры).

Проявление опеки (здоровья близким, забота о детях в целом, образование детям, забота о родителях).

Оценка реализации потребностей и желаний во времени (ответы на вопрос «Когда?») можно оценить по шести категориям: (1) немедленно; (2) в скором времени; (3) нескоро; (4) когда-нибудь (точно не известно); (5) постоянно; (6) никогда.

Достижение результата в реализации желаний и потребностей оценивается по знанию способа их достижения (ответа на вопрос «Каким образом?»). Для оценки используются две категории: «представляют хорошо» и «представляют плохо».

Категории оценки предпочтений на основании ответов («Я люблю...») испытуемых с примерами конкретно-обобщенных высказываний:

Физиологическая (биологическая) мотивация (еда, сон, отдых, секс, курить, быть здоровым(ой)).

Аффиляция (родственные связи, социальные связи, лица противоположного пола, общение с животными, письма, общение по телефону, общение по Интернет).

Мотивация работы, активности разного рода (работа, спорт, водить автомобиль, домоводство, рукоделие, танцевать).

Мотивация приобретения (покупки, тратить деньги, получать подарки).

Мотивация отдыха и развлечениях (развлечение, безделье, отдых на природе, отдых дома).

Радикализм (путешествовать, новые ощущения).

Мотивация творчества (рисовать, петь, играть на гитаре, что-то придумывать, фантазировать).

Мотивация познания (учиться, изучить что-либо, читать, узнавать новое).

Направленность на себя (себя, быть красивой(ым), уверенность в себе, независимость, мечтать, подумать в одиночестве, смотреть фото).

Мотивация достижения (успех, удача, уважение).

Эстетические потребности (любовь к природе, любовь к произведениям искусства, к красоте).

Нравственные потребности (искренность, правда, доброта, честность).

Агрессивная мотивация (физическая агрессия, вербальная агрессия).

Проявление опеки (маленьких деток, делать подарки, делать что-то для детей).

Принятие опеки (когда меня понимают, помощь, доверие).

Демонстративность (привлекать внимание, показать себя, удивлять).

Гражданские потребности (люблю Россию, свой город).

Доминирования (быть первым, командовать, быть лидером).

Процесс жизни (жизнь, красиво жить).

Деньги (деньги).

Частота встречаемости предпочтений «Я люблю» оценивается по трем категориям: часто, иногда, редко.

Кроме названных категорий, методика позволяет вводить любые специфические категории для оценки высказываний. Соотношение специфических категорий с остальными и их оценка по системе, приводимой выше, позволит понять их место в структуре мотивационно-потребностной сферы испытуемого.

Также данная модификация позволяет создавать новые варианты методики, подбирая необходимую фразу для начала предложения и составляя список в ее продолжение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Кун М., Макпартленд Т. Эмпирические исследования установок личности на себя // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. М.: Изд-во МГУ, 1984. С. 180-187.

2. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2003.

3. Нюттен Ж. Мотивация, действие и перспективы будущего. М.: Смысл, 2004.

4. Толстых Н.Н. Использование методики неоконченных предложений для изучения временной перспективы // Научно-методические основы использования в школьной психологической службе конкретных психодиагностических методик / Под ред. И.В.Дубровиной. М.: АПН СССР, 1988. С. 96-109.

5. Толстых Н.Н. Использование метода мотивационной индукции для изучения мотивации и временной перспективы будущего // Психол. диагностика. 2005. № 3. С. 77-94.