



ИЕРАРХИЯ МОТИВОВ И ПОЛИМОТИВИРОВАННОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: СОЧЕТАННОЕ ПРИМЕНЕНИЕ ОПРОСНИКОВЫХ И КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКИХ МЕТОДИК

МУРАШЕВА О.В., Институт психологии РАН, Москва

АЛМАЕВ Н.А., Институт психологии РАН, Москва

В статье представлены результаты эмпирического исследования иерархии мотивов и полимотивированности деятельности с применением опросникового и контент-аналитического методов на примере трудовой мотивации. На основе факторного анализа теста Ш. Ричи показано, что иерархически более высокие мотивы группируются по следующим четырем факторам: 1 – приоритет долговременных или же сиюминутных выгод; 2 – приоритет общения; 3 – регламент или свобода; 4 – участие в управлении на текущей позиции. Полимотивированность изучалась с помощью контент-анализа рассказов, полученных по картинкам, содержательно приближенным к шкалам теста Ричи. Применение правил «если, то» позволило выделить ряд мотивационных комплексов, сопровождающих иерархически высокие мотивы.

Ключевые слова: тематический контент-анализ, опросник, факторный анализ, поиск правил «если, то», иерархия мотивов, полимотивированность деятельности.

Введение

Одной из стержневых проблем в психологии является проблема мотивации и мотивов поведения и деятельности. Б.Ф. Ломов отмечал, что «в мотивах и целях наиболее отчетливо проявляется системный характер психического: они выступают как интегральные формы психического отражения. Откуда берутся и как возникают мотивы и цели индивидуальной деятельности? Что они собой представляют? Разработка этих вопросов имеет огромное значение не только для развития теории психологии, но и для решения многих практических задач» (Ломов, 1984, с. 205).

В советский период отечественной психологии проблеме мотивации уделялось большое внимание, преимущественно это были теоретические разработки (А.Н. Леонтьев, В.Г. Асеев, С.Б. Каверин, В.С. Мерлин и др.). Были предложены такие важные концепты, как иерархия мотивов и полимотивированность деятельности.

Понятие «иерархия мотивов» является весьма популярным и в современной российской психологии. А.Н. Леонтьев (1971) сближает иерархию мотивов с ядром личности. Е.П. Ильин следующим образом трактует иерархию мотивов: «Иерархизированность мотивационной сферы – это отражение в сознании человека значимости той или иной потребности, мотивационной установки, других мотивационных диспозиций, в соответствии с чем одни имеют доминирующее значение при формировании мотива, а другие – подчиненное, второстепенное; одни используются чаще, другие – реже» (Ильин, 2006, с. 183).

Однако такая трактовка поднимает вопрос соотношения актуальных и иерархически более высоких мотивов. Актуальность могут приобретать мотивы, которые не являются иерархически более высокими, но которые связаны с текущими жизненными задачами человека (например, зарабатывание денег безусловно творческой личностью, или, наоборот, по-



иск духовности личностью, преимущественно ориентированной на меркантильные ценности). Иерархический ранг мотива должен быть теоретически и методически отделен от актуальности мотива здесь и сейчас – только так можно понять не только резкие смены жизненного пути, но и обычную динамику мотивов: соединение более частных мотивов между собой в конкурирующие или же, наоборот, усиливающие друг друга группы.

Таким образом, приобретает значимость проблема эмпирического нахождения иерархически более высоких мотивов, выяснение того, как они существуют в контексте деятельности, как связаны с подчиненными мотивами и друг с другом.

Сосуществование иерархически более высоких и подчиненных мотивов ставит вопрос об эмпирическом изучении полимотивированности деятельности. Полимотивированность также является одним из распространенных понятий в психологии личности, однако эмпирическое изучение этого понятия не может считаться достаточным.

Само понятие полимотивированности вызывает вопросы с точки зрения методологии его исследования. Например, Е. П. Ильин вводит понятие «блок внутреннего фильтра» (Ильин, 2006, с. 117) – это компонент структуры любого мотива, в него входят следующие составные части: нравственный контроль, оценка внешней ситуации, оценка своих возможностей (знаний, умений, качеств), предпочтения (интересы, склонности, уровень притязаний). Таким образом, функция блока «внутреннего фильтра» заключается в отсеивании нереализуемых вариантов осуществления данного мотива.

Следовательно, чем лучше осознается тот или иной мотив, чем более он готов к реализации, тем менее осознаются другие мотивы, сосуществующие вместе с ним. Соответственно и адресация к Я-концепции человека посредством самоотчета для выяснения полимотивированности становится тем проблематичнее, чем яснее осознается и выделяется в качестве приоритета главный актуальный мотив. Поэтому опросники-самоотчеты должны быть дополнены проективными методами, позволяющими актуализировать менее четко осознаваемые побочные мотивационные содержания.

Одним из важных принципов системного подхода является рассмотрение единого предмета взаимодополняющими методами. Предыдущие исследования наглядно продемонстрировали, что применение опросниковых методов и контент-анализа в комплексе позволяет выявить связи и отношения, которые нельзя было обнаружить, применяя эти методы по отдельности (Н. А. Алмаев, Г. Ю. Малкова). Вместе с тем, эти исследования показали, что сфера личности многообразна и явно недостаточно отражается в единичных автобиографических рассказах. Поэтому было решено сосредоточиться на каком-то одном из сегментов этой сферы и использовать специально разработанный проективный тест, состоящий из нескольких картинок.

В рамках общей теории мотивации одной из наиболее востребованных практикой областей исследования является мотивация профессиональной деятельности. Соответственно, для исследования мотивации в данной работе была выбрана именно эта сфера человеческой деятельности.

Методика

В исследовании были использованы: опросник «Мотивационный профиль» Ш. Ричи и П. Мартина для оценки мотивации к труду, а также специально разработанный нами проективный тест «Социальной мотивации» (ТСМ; Н. А. Алмаев, О. В. Мурашева) для контент-аналитического исследования мотивационных содержаний проективных рассказов.



Опросник «Мотивационный профиль» Ш. Ричи и П. Мартина был разработан на основе теории мотивации Ф. Герцберга и собственной практики авторов в качестве менеджеров по персоналу и тренеров. Он состоит из 152 утверждений, сгруппированных в 33 блока по четыре утверждения. Внутри каждого блока между утверждениями необходимо распределить 11 баллов в соответствии с их предпочтительностью для испытуемого (Ричи, Мартин, 2004). На выборке $N=292$ была произведена оценка внутренней согласованности шкал исходной версии, – не все из них характеризовались удовлетворительным значением данного показателя. По результатам рефакторизации теста было получено 11 факторов, в совокупности описывающих 61,4% дисперсии. В соответствии с полученными данными были воспроизведены либо частично заново сформированы следующие шкалы, обладающие удовлетворительной внутренней согласованностью (в скобках указаны значения коэффициента альфа Кронбаха): 1. «Высокий заработок и материальное поощрение» ($\alpha = 0.81$); 2. «Физические условия работы» ($\alpha = 0.80$); 3. «Структурирование» ($\alpha = 0.81$); 4. «Социальные контакты» ($\alpha = 0.72$); 5. «Взаимоотношения» ($\alpha = 0.74$); 6. «Самостоятельность достижений целей» ($\alpha = 0,62$); 7. «Рост личностный и профессиональный» ($\alpha = 0,62$); 8. «Власть и влияние» ($\alpha = 0.80$); 9. «Разнообразие и перемены» ($\alpha = 0.63$); 10. «Креативность» ($\alpha = 0.81$); 11. «Востребованность» ($\alpha = 0,61$). (Подробнее о новых шкалах и выбранных пунктах см.: Мурашева, Алмаев, 2012; Алмаев, 2012.)

Проективный тест «Социальной мотивации» (Н. А. Алмаев, О. В. Мурашева) был разработан для изучения полимотивации, он дополняет опросник Ш. Ричи. Входящие в тест 12 картинок были проранжированы 16 экспертами (магистранты ГАУГН, имеющие степень бакалавра по психологии, по возрасту близкие испытуемым) на предмет близости содержания картинки заявленному мотиву (чем меньше балл, тем ближе картинка к заявленному мотиву). В основном медианный ранг составлял от 1 до 3 баллов, но три картинки получили баллы 4, 6 и 7. Оценка согласованности экспертов была проведена с использованием коэффициента α Криппендорфа для порядковых шкал, который составил 0.93. Несмотря на низкий результат некоторых элементов стимульного материала, в работе с первыми 100 испытуемыми применялся полный набор из 12 картинок. Однако после анализа результатов стало ясно, что рассказы по картинкам, показавшим, по оценке экспертов, малую близость к заявленному мотиву, однообразны и бедны по проективному содержанию, после чего данные стимулы (плюс еще одна картинка с баллом 3) были выбранны.

В итоге тест состоит из восьми картинок-стимулов, которые соответствуют шкалам мотивации опросника Ш. Ричи (на картинках изображены рабочие ситуации).

В качестве иллюстрации первого фактора был выбран сюжет с разговором двух мужчин (картинка 1). Один сидит за столом, другой стоит рядом в довольно независимой позе.

Картинка 2 – «Обеденный перерыв, сплоченный коллектив» – соответствует шкале 5 – «долгосрочным контактам» теста Ричи.

Картинка 3 – «Завал на работе» – шкале 3 – потребность в четком структурировании.

Картинка 4 – «Корпоратив» – шкале 4 – потребность в социальных контактах – коллеги общаются в неформальной обстановке.

Картинка 6 – «Альпинисты» – шкале 7 – стремление к достижениям.

Картинка 7 – «Речь официального представителя» – шкале 8 – власть и влияние.

Картинка 8 – «Человек в аэропорту» – шкале 9 – разнообразие и перемены.

Картинка 10 – «Молодой человек в интерьере» – шкалам 10 – креативности и 11 – самосовершенствование.



В результате анализа примерно полутора тысяч рассказов 157 испытуемых было выделено 97 содержательных категорий; все они относились к особенностям сюжета и независимо от длины рассказа кодировались один раз.

Например, были выделены следующие категории: персонажи являются равными; инициатива младшего; инициатива старшего; существует ли в группе аутсайдер или не существует (молодой человек, сидящий за компьютером, противопоставляется группе людей); аутсайдер не желает общаться, но отомстит; осуждение группы или аутсайдера самим автором текста; притязания престижа; социальное сравнение; соперничество; притязание власти; отношение к власти; поиск нового; убытие; фрустрация; притязание успешности; гармоничное или конфликтное сочетание различных деятельностей и др.

Само выделение этих сюжетных особенностей вообще не предполагает никакой психологической теории, соответственно, не является предметом интерпретации.

Участники исследования. В исследовании приняли участие 292 человека в возрасте от 18 до 55 лет (Mod = 20, Med = 20); женщины – 131, мужчины – 161 (из них 240 студентов: мужчин – 131, женщин – 109). Выборка состояла из студентов Московского авиационного института, их родственников и знакомых.

Результаты исследования

Выделение факторов второго порядка новой версии опросника Ш. Ричи

Были проведены факторный анализ полученных данных (метод принципиальных компонент с Varimax-вращением) и дальнейшая содержательная интерпретация полученных факторов.

Пространство иерархически более высоких факторов трудовой мотивации после факторизации результатов новых шкал и выделения факторов второго порядка представлено в табл. 1.

Таблица 1. Факторы второго порядка для новых шкал теста Ричи

Названия факторов опросника	Factor 1	Factor 2	Factor 3	Factor 4
1. «Высокий заработок и материальное поощрение»	0,74	-0,32	-0,10	0,08
2. «Физические условия работы»	0,65	0,19	-0,09	-0,14
3. «Структурирование»	0,20	-0,16	-0,73	0,16
4. «Социальные контакты»	0,06	0,84	0,07	0,12
5. «Взаимоотношения»	0,11	0,79	-0,16	0,15
6. «Самостоятельность в достижении целей»	-0,75	-0,23	0,08	-0,02
7. «Рост личностный и профессиональный»	-0,43	0,10	-0,15	-0,67
8. «Власть и влияние»	-0,25	0,11	-0,13	0,71
9. «Разнообразие и перемены»	0,06	-0,15	0,83	-0,09
10. «Креативность»	-0,43	-0,28	0,53	0,19
11. «Востребованность»	0,04	-0,29	0,17	-0,64



Интерпретация факторов

На одном полюсе первого фактора находятся «Высокий заработок и материальное поощрение» и «Физические условия работы», на другом – «Самостоятельность в достижении целей» и «Рост личностный и профессиональный». Человек в надежде на профессиональный и личностный рост и самостоятельность в выборе целей может терпеть низкую заработную плату и относительно тяжелые условия труда. И наоборот, отказ от личностного роста и самостоятельности в выборе целей предполагает компенсацию в виде высокой заработной платы и/или хороших условий труда. Этот фактор можно обозначить как «Приоритет долговременных или же сиюминутных выгод» или кратко «Идейность – меркантильность».

Второй фактор не имеет ярко выраженного отрицательного полюса и отражает приоритет общения. Для этих людей важнее всего возможность общаться, поддерживать глубокие отношения с коллегами и завязывать новые контакты. Все остальное имеет относительную ценность. Фактор можно обозначить как «Приоритет общения».

Третий фактор образован противоположностью шкалы «Структурирование» (четкие инструкции, быстрая обратная связь) и шкал «Креативность», «Разнообразие и перемены». Человек предпочитает заниматься творческой работой или решать проблемы в неопределенной и слабоструктурированной среде, «без указки» либо предпочитает четкую регламентацию своей деятельности (обозначим фактор как «Регламент или свобода»).

Четвертый фактор характеризуется желанием человека влиять на принятие решений не в будущем, а именно сейчас, в настоящий период времени, т. е. демонстрирует стремление человека усилить свое влияние на том месте, на котором он находится в данное время, а не ждать продвижения по карьерной лестнице (обозначим фактор как «Участие в управлении на текущей позиции»).

Выделение иерархически более высоких факторов трудовой мотивации, которое становится возможным после проверки шкал первого порядка, представляется важным как в теоретическом, так и в прикладном аспекте изучения мотивации к труду.

Таким образом, данная версия опросника самоотчета удовлетворяет психометрическим требованиям и пригодна для использования на практике.

Сочетание иерархически более высоких факторов мотивации с сопутствующими мотивами

Одной из фундаментальных особенностей данных, получаемых в результате контент-анализа, является неравномерная заполненность и выборочное использование категорий. Действительно, контент-анализ базируется на свободно порожденной речи и, соответственно, на свободном выборе тематических категорий, которые в ней встречаются. Соответственно, одни категории присутствуют в одних рассказах, но не встречаются в других. Эта «разреженность» данных контент-анализа снижает эффективность корреляционных методов исследования, делает их менее чувствительными к обнаружению связей между переменными, чем сравнения групп, а то и совсем неадекватными задаче исследования (см. подробнее: Алмаев, 2012). Результаты данного исследования свидетельствуют об отсутствии сколь-нибудь значимых корреляций между иерархически более высокими факторами мотивации и результатами контент-анализа.

Дополнением, а во многих случаях и альтернативой корреляционному исследованию выступает data-mining – метод, основанный на поиске правил «если, то».



Результаты поиска правил «если, то»

Программа *Wizwhy*, осуществляющая поиск правил «если, то», ориентирована на качественные данные и булевы переменные; в программу также заложены возможности анализа данных шкал интервалов или порядка, разбивка шкал на интервалы и дальнейшее оперирование этими интервалами как качественными переменными. Исследователь может либо предоставить программе такую возможность, либо разбить данные на интервалы самостоятельно и предложить их трактовать как булевы. В данном случае после нескольких пробных попыток интерпретации результатов был предпочтен второй вариант – исследовались контент-аналитические предикторы попадания субъекта в верхние и нижние квартили первых двух иерархически более высоких факторов мотивации – «Меркантильность–идейность» и «Общительность–необщительность». Другими словами, зависимыми переменными выступали верхние и нижние 25 % по указанным факторам, а независимыми – указанные выше категории контент-анализа. При этом анализ можно проводить двумя разными способами: 1 – одновременный анализ, когда все категории по всем картинкам подвергаются анализу одновременно; 2 – последовательный анализ – анализ категорий последовательно по каждой картинке. При одновременном анализе картинок сохраняется идентичность данных каждого из испытуемых, однако в этом случае может быть выделено более 6000 правил, что находится на границах вычислительных возможностей программы. При первом варианте минимальное количество случаев должно быть не менее 10, поскольку при уменьшении случаев количество правил возрастает в значительной степени и программа становится неприменима. Напротив, при исследовании по отдельным картинкам, когда верхние и нижние квартили или процентиля рассматриваются отдельно по каждой картинке, появляется возможность уменьшить число минимальных случаев до пяти без каких-либо угроз для вычислительных возможностей программы. Следовательно, становится доступным выделение и изучение очень малых и специфических групп испытуемых в рамках общей большой выборки. Это разделение испытуемых по группам дает гораздо более ценные результаты, чем метод корреляции, при котором различия нивелируются.

Однако при анализе картинок по отдельности возникают вопросы: как связаны результаты, полученные по разным картинкам, как идентифицировать данные испытуемых, которые внесли существенный вклад в формулировку правил, выделенных в ходе анализа разных картинок? Эти вопросы могут быть разрешены путем ручной обработки данных, в результате которой появляется возможность отследить, насколько перекрываются между собой контент-категории; в результате можно выделить наиболее часто повторяющиеся и наиболее связанные между собой группы испытуемых, ответы которых распределились в соответствии с теми или иными необходимыми для анализа категориями рассказов.

Программа *Wizwhy* позволяет находить ответы испытуемых, сформулированные в соответствии с правилами «если, то» и «если нет, то». Кроме того, оба этих типа условных формулировок могут быть рассортированы в соответствии с вероятностью попадания того или иного субъекта в тот или иной участок распределения. И поскольку такая вероятность может быть либо больше, либо меньше ожидаемой, то и правило, в котором присутствует какое-либо отрицательное или положительное значение (но не нуль), может либо, образно говоря, «отсекать» субъекта от квартиля (если вероятность меньше ожидаемой), либо «препроводжать» его в квартиль (если вероятность больше ожидаемой). «Отсекающие» правила менее информативны, чем «препроводжающие». Особый класс «отсекающих» правил –



это те правила, которые реализуются со стопроцентной вероятностью и «отсекают» категории, не вошедшие в данный квартиль. Однако использование таких правил не дает возможности определить, в каких именно остальных частях распределения встретились данные категории. Значительное количество таких правил встретилось при анализе первой картинки.

В остальных случаях при отборе правил применялись следующие критерии: 1) уровень значимости (вероятность ошибки) меньше 1%; 2) в правиле фигурируют отрицательные или положительные значения, а не нуль; 3) по возможности высокая вероятность данного правила, т. е. описание им большого числа случаев.

Результаты

Первая картинка

При анализе первой картинки было выделено много правил «отсекающего» характера: если категория отсутствует, то вероятность попадания в квартиль стопроцентна. Договорившись обозначать испытуемых, вошедших в верхний квартиль первого фактора, как «меркантильных», а в нижний квартиль – как «идейных», можно следующим образом суммировать основные правила:

Собственный интерес к делу в отсутствии инициативы со стороны старшего по должности – не меркантильные.

В конфликте выигрывает младший – не меркантильные.

Интерес к делу в отсутствии конкретной цели достижения и конфликтности – не меркантильные.

Инициатива со стороны младшего по должности и личная заинтересованность – не идейные.

Пол женский, инициатива со стороны старшего по должности – не идейные.

Отсутствие готовности к сотрудничеству, наличие личного интереса – не идейные.

Отсутствие цели достижения, наличие интереса к делу – не идейные.

Наличие готовности к сотрудничеству, младший по должности выигрывает в конфликте – не идейные.

Впоследствии на основе этих правил могут быть выработаны эмпирически обоснованные правила суммирования данных категорий в контент-аналитические шкалы.

Результаты анализа рассказов по следующим девяти картинкам

Проективные содержания оказались весьма неравномерно распределенными по квартилям факторов меркантильности и общительности (табл. 2).

Таблица 2. Представленность проективных содержаний в рассказах испытуемых, вошедших в верхние и нижние квартили факторов меркантильности (1) и общительности (2).

Есть проекции	Картинки № 2 – 10	Всего исп. в квартиле	%
Фактор 1 нижний кв.	20	42	48 %
Фактор 1 верхний кв.	38	40	95 %
Фактор 2 нижний кв.	32	47	68 %
Фактор 2 верхний кв.	22	33	67 %



Результаты анализа свидетельствуют об относительно слабой связи нижнего квартиля фактора меркантильности с проективным содержанием картинок 2–10, а также о достаточно сильной связи верхнего квартиля с проективным содержанием картинок. Оба квартиля фактора общительности также сильно связаны с проективным содержанием – значения биномиального распределения 0.98 и 0.99 соответственно (при допущении вероятности 0,5).

По верхнему квартилю первого фактора (меркантильности) предикторами выступили категории по картинкам 4, 7, 8, 10: 4 – аффилиация: а) потребность в эмоциональной близости, в тесных отношениях с друзьями, б) потребность в осуществлении эмоциональных контактов с коллегами по работе; 7 – а) среднее притязание на власть, б) отрицательное отношение к власти; 8 – позитивные ожидания; 10 – интенсивность усилий ради достижения утилитарной цели: а) конфликт мотивов, б) направленность на осуществление утилитарной деятельности.

Связь этих правил между собой можно описать следующим образом: аффилиация в служебных отношениях оказалась связанной с аффилиацией с друзьями лишь в 25 % случаев, тогда как с притязанием на власть в 42 % случаев. Негативное отношение к власти совпадает с умеренными притязаниями на власть на 75 %. Это, безусловно, интересный феномен, он наблюдался у 21 % испытуемых, относящихся к категории (квартилю) меркантильных.

Интенсивность усилий ради утилитарной деятельности совпадает с собственно направленностью на утилитарную деятельность на 66%. В данном случае, когда речь идет о меркантильности как о личностной черте, мы можем выдвинуть предположение о работе классического механизма проекции. Однако следует принять во внимание тот факт, что и механизм проекции работает далеко не всегда, а лишь в менее чем половине случаев.

По нижнему квартилю первого фактора («идейность») предикторами выступили категории по картинкам: 4 – притязания на престиж, 7 – притязания на власть.

Результаты исследования указывают на то, что так называемые «идейные» индивиды состоят из двух групп, резко различающихся в отношении стремления к власти: первая группа – это те, кто характеризуется сильным стремлением к власти (балл 3 по категории притязания на власть, картинка 7); вторая группа – мало стремящиеся к власти (баллы 0–1 по этой категории).

Лица, показавшие низкие притязания на власть, характеризуются также низкими значениями по уровню притязаний на престиж, а показавшие высокие значения по притязанию на власть, отличаются также и высокими притязаниями на престиж. Корреляция между указанными параметрами в данном квартиле составила 0.77, тогда как в целом по выборке всего лишь 0.17. При этом никакими явными связями с негативным или, напротив, с позитивным отношением к власти ни те, ни другие представители квартиля «идейных» не характеризуются.

Таким образом, квартиль «идейных» индивидов состоит примерно поровну из тех, для кого характерно сильное стремление к власти (3), и тех, кто почти к ней не стремится (0–1); при этом лица, характеризующиеся лишь умеренным стремлением к власти (2), находятся на противоположном конце фактора меркантильности. Общая же зависимость меркантильности от стремления к власти оказывается инвертированной U-образной.



По верхнему квартилю второго фактора (общительности) предикторами выступили категории по картинкам 8, 10: 8 – убытие персонажа, 8 – позитивные ожидания, 10 – стремление к успеху, 10 – мотивационный конфликт (-), 10 – развлечение.

Убытие персонажа на картинке 8 встречается в 67% случаев верхнего квартиля общительности. Это своего рода основа данного показателя, представляющая, по всей видимости, мотив поиска нового. При этом относительно редко встречающаяся категория позитивных ожиданий совпадает с убытием персонажа в 100% случаев. Конфликт мотивов (отрицательные значения по категории гармоничного сочетания видов деятельности) представлен в 27% случаев и перекрывается с убытием персонажа на 25%. Развлечение на картинке 10 также представлено в 27% случаев с верхним квартилем общительности, однако слабо пересекается и с убытием персонажа, и с конфликтом мотивов – по 33% случаев с каждым. Связь конфликта мотивов с общительностью в рассказах испытуемых имеет простое и конкретное объяснение – «потратил время на общение, не успел сделать работу».

Наконец, нижний квартиль общительности имеет предикторами: месть аутсайдера – на картинке 2, соперничество – на картинке 4, сравнение – на картинке 6, низкие притязания успеха (0–1) и снова конфликт мотивов – на картинке 10.

Первые три категории хорошо объясняют причины необщительности персонажа, выявляя давления («прессы» по Мюррею) социальной тревоги (соперничество и сравнение) и даже целый комплекс компенсаторных мечтаний об отмщении за неприятие со стороны других людей. Все три проявления довольно мало пересекаются между собой: месть и соперничество – 33% случаев, соперничество и сравнение – 21%, сравнение и месть – 14%; они выступают скорее альтернативой друг другу, чем дополнением. Хотя есть один случай, когда представлены все три. Низкие притязания успеха (0–1) у всех испытуемых данного квартиля могут свидетельствовать о заниженной самооценке этих испытуемых.

Таким образом, метод поиска правил «если, то» позволяет выявить неоднородность выборок испытуемых, оценить характер зависимости между теми или иными анализируемыми переменными, оценить степень связи различных личностных черт и социальных проявлений между собой, а также позволяет получить точное представление о количественных и качественных характеристиках каждой из групп и подгрупп, вплоть до конкретного индивидуума.

При этом у данного статистического метода имеются и свои минусы, к которым относится прежде всего значительная трудоемкость (недаром же «mining» означает работу в шахте!). Со временем, когда основные принципы и алгоритмы анализа станут более отработанными, существенная часть процедур может быть автоматизирована, но пока освоение новой технологии требует ощутимых дополнительных усилий. Имеются и негативные особенности конкретно программы Wizwhy, проявляющиеся прежде всего в избыточности обнаруживаемых правил. Часто, найдя какую-либо явную зависимость, программа «подверстывает» к ней по десятку и более правил, в которых фигурируют одни нули, или выводит правило, состоящее из дюжины нулей и лишь одного-двух отличных от нуля значений. Поэтому не менее, чем сам поиск правил, важен финальный анализ данных, во время которого происходит своего рода «сведение воедино» различных правил на основе идентификации показателей конкретных испытуемых.

Учитывая указанную специфику метода data-mining, следует рекомендовать его применение в тех случаях, когда имеется ясно указанная цель аналитического исследования закономерностей поведения и социально-психологических характеристик больших групп субъектов социального взаимодействия.



Выводы

1. Предложена схема эмпирического исследования иерархического строения мотивов и полимотивированности деятельности с использованием опросникового и проективного тестов.

2. В результате факторного анализа 11 первичных факторов теста Ш. Ричи выделены иерархически более высокие факторы мотивации, которые включают в себя четыре фактора: 1 – приоритет долговременных или же сиюминутных выгод, – человек в надежде на профессиональный и личностный рост и самостоятельность в выборе целей может терпеть низкую заработную плату и относительно тяжелые условия труда. И наоборот, отказ от личностного роста и самостоятельности в выборе целей предполагает компенсацию в виде высокой заработной платы и/или хороших условий труда; 2 – приоритет общения, – для данной группы субъектов социального взаимодействия характерными чертами являются: возможность общаться, поддерживать глубокие отношения с коллегами и завязывать новые контакты; все остальные аспекты социального взаимодействия имеют значительно меньшую ценность; 3 – регламент или свобода, – человек предпочитает заниматься творческой работой или решать проблемы в неопределенной и слабоструктурированной среде, но «без указки» либо предпочитает четкую регламентацию своей деятельности; 4 – участие в управлении на текущей позиции, – субъект стремится усилить свое влияние на занимаемом служебном месте и не ждет продвижения по карьерной лестнице.

3. Разработан и апробирован тест «Социальной мотивации» (ТСМ), предназначенный для исследования полимотивированности трудовой мотивации.

4. Разработана методология соотнесения результатов опросникового теста и тематического контент-анализа, основанная на поиске правил «если, то» как на наиболее адекватном методе оценки результатов контент-анализа, которые характеризуются «разреженностью» данных, т.е. частым отсутствием результатов по определенным шкалам.

5. Выделены три основных типа взаимодействия глубинных мотивационных факторов с категориями проективных рассказов: 1 – доминирование механизма проекции (например, высокая потребность в зарплатке – тема «работы на заказ»); 2 – высокая социальная тревожность (низкая потребность в общении – темы «соперничества, сравнения, мести»), 3 – мотивационный комплекс «власть – деньги» (высокая потребность в деньгах и при этом средняя потребность во власти – тема «негативное отношение к формальной власти»).

По сравнению с методом поиска корреляционных связей метод поиска правил «если, то» позволяет с большей точностью определить степень неоднородности выборок испытуемых, оценить характер зависимости между теми или иными анализируемыми факторами, оценить степень связи различных личностных черт и социальных проявлений между собой, а также позволяет получить точное представление о количественных и качественных характеристиках каждой из групп и подгрупп, вплоть до конкретного субъекта социального взаимодействия.

Литература

Алмаев Н. А. Применение контент-анализа в исследованиях личности: Методические вопросы. М.: ИПРАН, 2012.

Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. СПб.: Питер, 2006.

Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы, эмоции. М., МГУ, 1971.

Ломов Б. Ф. Методологические и теоретические проблемы психологии. М., Наука, 1984.

Мурашева О. В., Алмаев Н. А. Факторное пространство трудовой мотивации // Вестник Университета (Государственный университет управления). 2012. Т. 1. № 8. С. 264–269.

Ричи Ш., Мартин П. Управление мотивацией: Учеб. пособие для вузов: Пер. с англ. / Под ред. Е. А. Климова. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.



THE HIERARCHY OF MOTIVES AND THE DIVERSITY OF MOTIVATION OF ACTIVITY: COMBINED APPLICATION OF QUESTIONNAIRE AND CONTENT-ANALYSIS TECHNIQUES

MURASHEVA O.V., Institute of Psychology, RAS, Moscow

ALMAEV N.A., Institute of Psychology, RAS, Moscow

The article presents the results of the empirical research of the motivational hierarchy of personality and diversity of motivation of activity with the application of the questionnaire and content-analytical methods, based on the example of the study of labor motivation. The results of the factor analysis of the indicators of the Sh. Ritchie - P. Martin test show that the motives, which occupy a higher place in the motivational hierarchy of personality, can be grouped into the four following factors: 1) the priority of the long-term or short-term benefits; 2) the priority of communication; 3) the priority of regulations or freedom; 4) participation in management from the current position. The diversity of motivation of activity was studied with the help of content analysis of short stories, drawn up on the pictures, the content of which was brought closer to the factors that form a motivational profile of employee in accordance with the Sh. Ritchie - P. Martin test. The application of the rules «if, then...» allowed us to identify a number of motivational complexes which accompany the development of hierarchically higher-level needs.

Keywords: thematic content analysis, questionnaire, factor analysis, search rules «If, then...», hierarchy of motives, diversity of motivation of human activities.

Transliteration of the Russian references

Almaev N.A. Primenenie kontent-analiza v issledovaniyah lichnosti: Metodicheskie voprosy. M.: IPRAN, 2012.

Il'in E.P. Motivacija i motivy. SPb.: Piter, 2006.

Leont'ev A.N. Potrebnosti, motivy, jemocii. M.: MGU, 1971.

Lomov B.F. Metodologicheskie i teoreticheskie problemy psihologii. M.: Nauka, 1984.

Murasheva O.V., Almaev N.A. Faktornoe prostranstvo trudovoj motivacii // Vestnik Universiteta (Gosudarstvennyj universitet upravlenija). 2012. T. 1. № 8. S. 264–269.

Richi Sh., Martin P. Upravlenie motivaciej: Ucheb. posobie dlja vuzov: Per. s angl. / Pod red. E. A. Klimova. M.: JuNITI-DANA, 2004.