

Методы
ПСИХОЛОГИИ

Н. А. Алмаев, Ю. В. Бессонова,
О. В. Мурашева

Текст. Взгляд. Мотивация

методические вопросы



Институт психологии
Российской академии наук

Российская академия наук
Институт психологии

Н. А. Алмаев, Ю. В. Бессонова, О. В. Мурашева

**ТЕКСТ. ВЗГЛЯД.
МОТИВАЦИЯ**
методические вопросы



Издательство
«Институт психологии РАН»
Москва – 2020

УДК 159.9

ББК 88

А 51

*Все права защищены. Любое использование материалов
данной книги полностью или частично
без разрешения правообладателя запрещается*

Алмаев Н. А., Бессонова Ю. В., Мурашева О. В.

А 51 Текст. Взгляд. Мотивация: Методические вопросы. – М.:
Изд-во «Институт психологии РАН», 2020. – 311 с. (Методы
психологии)

ISBN 978-5-9270-0403-4

УДК 159.9

ББК 88

В книге представлены материалы экспериментально-теоретического изучения психологических технологий диагностики подлинной мотивации личности с помощью методов психолингвистики и регистрации направленности взгляда. Подробно описаны контент-аналитические системы Мюррея, Макклелланда, Готтшалка. Проанализированы отношения между контент-аналитическими и опросниковыми методиками, применение статистических методов. Предложены методика и валидизированные шкалы контент-анализа проективных текстов. Приведены диагностически значимые окулomotorные маркеры подлинной мотивации личности: маркеры субъективной значимости информации и маркеры правдивости-ложности ответов респондентов.



*Издание осуществлено при финансовой поддержке
Российского фонда фундаментальных исследований
по проекту № 19-113-00069\19, не подлежит продаже*

© ФГБУН «Институт психологии РАН», 2020

ISBN 978-5-9270-0403-4

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие 7

Введение 8

Часть I ОСНОВНЫЕ КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

Глава 1
Программа персонологии Г. Мюррея 15

- 1.1. Основные положения персонологии.
Понятия потребности (нужды), пресса, темы
и темокомплекса 17
- 1.2. Каталог потребностей 21

Глава 2
Учение о мотиве достижения и о мотиве власти
Д. Макклелланда 30

- 2.1. Кодировки мотива достижения,
по Макклелланду с соавт. 31
- 2.2. Мотив могущества у Д. Макклелланда 41
- 2.3. Кодировки мотива власти, по Д. Винтеру 49
- 2.4. Проблема системности контент-аналитического
исследования 59

Глава 3
Система контент-аналитических шкал Л. Готтшалка 60

- 3.1. Система контент-аналитических категорий
Л. Готтшалка 63

Часть II
ВЗАИМОСВЯЗЬ РЕЗУЛЬТАТОВ
ОПРОСНИКОВЫХ И КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКИХ
МЕТОДОВ. ВОПРОСЫ ОБРАБОТКИ ДАННЫХ

Глава 1	
Личностный тест и автобиографический текст	81
Глава 2	
Методики количественного анализа категорий	86
2.1. Подход, учитывающий количественную представленность категорий в тексте. Зависимость представленности категорий от объема текста	86
2.2. Сочетание методов сравнения групп и поиска корреляций в психологическом исследовании с применением контент-анализа	90
2.3. Наличие нескольких категорий в тексте. Сравнение групп и правило «если, то»	95
Глава 3	
Личностный тест и автобиографический текст	97
3.1. Применение анализа соседствующих категорий для описания отдельных случаев. Интерпретация ТАТ, по К. Морган	97
3.2. Анализ соседствующих контент-аналитических категорий в номотетических исследованиях	104
3.3. Исследование взаимного расположения категорий в крупных текстах	106
Глава 4	
Методические замечания	112
4.1. Разметка категорий	112
4.2. Категория как сюжетная особенность рассказа в целом и как проявление психологического содержания	114
4.3. Проблема автоматической разметки	115

Часть III
ИССЛЕДОВАНИЕ МОТИВАЦИИ К ТРУДУ

Глава 1	
Мотивационный профиль Ш. Ричи и П. Мартина	124
Глава 2	
«Тест социальной мотивации»	
Н. А. Алмаева и О. В. Логацкой	131
Глава 3	
Обобщенные шкалы контент-анализа	135
3.1. Связи контент-аналитических шкал с академической успешностью	150
3.2. Результаты контент-анализа и опросниковых тестов	162

Часть IV
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОКУЛОМЕТРИИ
ДЛЯ ВЫЯВЛЕНИЯ ПОДЛИННОЙ МОТИВАЦИИ

Глава 1	
Диагностика мотивации – проблемы и решения	173
Глава 2	
Психофизиологические маркеры мотивации	181
Глава 3	
Показатель относительного угнетения речевой продукции	186
Глава 4	
Контроль функционального состояния	191
Глава 5	
Окуломоторные маркеры субъективной значимости стимула	195
Глава 6	
Окуломоторные маркеры истинности/ложности ответа	203

6.1. Окуломоторные маркеры искажения информации при предъявлении текста	213
6.2. Окуломоторные маркеры искажения информации при предъявлении текстовых и рисуночных стимулов	231
6.3. Окуломоторные маркеры искажения информации при различной эмоциональной валентности стимула	241
6.4. Окуломоторные маркеры искажения информации при предъявлении текста	247
6.5. Паттерны рассматривания	249
6.6. Окуломоторные и вербальные маркеры искажения информации в проективном тестировании	256
6.7. Проверка конкурентной валидности метода айтрекинг-тестирования	268
Глава 7	
Методические рекомендации к проведению айтрекинг-исследования мотивации	279
Литература	286
Приложение	298