

МЕТОДИКА ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКОЙ ЭКСПРЕСС-ДИАГНОСТИКИ МОТИВАЦИИ

И. Соломин

Эффективное решение таких задач, как прогнозирование успешности обучения и профессиональной деятельности, оптимизация условий деятельности и взаимоотношений, психологическое консультирование, профорientация, управление, контроль качества учебных и коррекционных программ, требует знания и учёта потребностей, мотивов и отношений конкретных людей и групп людей.

Обычно для диагностики мотивации человека используются либо анкетные, либо проективные методы. Однако опрос не всегда может дать объективную информацию о потребностях. К сожалению, прямые методы диагностики, основанные на самоотчёте, 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. Поэтому актуальна задача поиска защищённых от неискренности испытуемого методов диагностики реальных его отношений к действительности.

Проективные методы разрешают проблему мотивационных искажений со стороны испытуемого, поскольку от него скрыто истинное содержание такого рода методов. Однако использование многих проективных методик — трудоёмкая процедура, а их достоверность и надёжность в большой мере зависит от квалификации и опыта специалиста. Кроме того, разрешающая способность большинства проективных методик не позволяет использовать их для точных количественных измерений, допуская лишь качественное определение тех или иных черт.

В настоящее время в диагностике мотивации личности развивается психосемантическое направление [1–7]. Методы экспериментальной психосемантики предназначены для измерения субъективных значений различных объектов для человека. В пси-

хосемантическом исследовании человек оценивает разные понятия с помощью специальных шкал. Полученные данные подвергаются многомерной статистической обработке для вычисления расстояний между понятиями в семантическом пространстве. Наиболее распространёнными психосемантическими методами являются семантический дифференциал Ч. Осгуда и репертуарные решётки Дж. Келли.

Автором данной статьи разработаны модифицированные методы семантического дифференциала и репертуарных решёток для выявления содержания мотивов различных видов деятельности и потребностей, возникающих в разных ситуациях [8–12]. Однако эти методы предъявляют достаточно высокие требования к уровню образования и интеллектуальному развитию респондентов, представляют собой сложные процедуры сбора и обработки данных, что ограничивает их использование для решения практических задач и делает невозможной работу со школьниками в возрасте до 16 лет. Для решения задачи выявления содержания мотивации и отношений в системе школьного образования более адекватной оказалась разработанная автором методика цветowych метафор [13–14].

Специфика методики цветowych метафор

Методика цветowych метафор представляет собой экспресс-вариант психосемантической диагностики мотивации и отношений к различным занятиям, людям и событиям, основанный на обозначении ряда понятий с помощью стандартного набора цветowych стимулов. Наряду с другими психосемантическими методами методика цветowych метафор позволяет выявлять потребности и мотивы человека, содержание его представлений и переживаний, измерять как осознанные, так и неосознаваемые отношения, определять побуждения к конкретным видам деятельности, в частности, познавательным, социальным, материальным и другим мотивам трудовой и учебной деятельности.

В отличие от традиционных психологических тестов и анкет, позволяющих получить ответы на вопросы: как человек ведёт себя в разных ситуациях, что он говорит о себе и других людях, методика цветowych метафор даёт возможность узнать, что человек думает и чувствует, т.е. ориентирована на выявление содержания и структуры сознания и бессознательного. В отличие от аналогичного, но более мощного варианта методики диагностики мотивов и отношений — модифицированного ва-

Технология

ТЕХНОЛОГИЯ

Методы экспериментальной психосемантики

ПЕД диагностика
ПЕД диагностика

**Специфика
методики
цветовых
метафор**

рианта методики семантического дифференциала, методика цветовых метафор требует значительно меньших временных затрат (10–15 минут), позволяет работать с детьми, начиная с младшего школьного возраста, а также не требует сложных программ компьютерной обработки для решения задач индивидуального консультирования.

Методика представляет собой модифицированный вариант цветового теста отношений А.М. Эткинда [15] и характеризуется рядом отличительных особенностей. Во-первых, в методике цветовых метафор обозначение различных понятий одним цветом является косвенным показателем их субъективного сходства. Во-вторых, методика не опирается на стандартный психологический смысл цветов. В-третьих, методика цветовых метафор может использоваться не только для выявления отношений к различным людям, но и для определения мотивов различных видов деятельности. Наконец, обследование по методике цветовых метафор может проводиться как в индивидуальной, так и в групповой форме с помощью специальных бланков.

В период с 1996 по 2005 год с помощью методики цветовых метафор автором решались следующие задачи: оценка эффективности рекламных воздействий, изучение политичес-

кого сознания различных категорий населения, оценка содержания и динамики мотивации заключённых, оценка эффективности психологических тренингов, сравнение трудовой мотивации руководителей и специалистов государственных и коммерческих предприятий, исследование мотивации наркоманов, оценка восстановления мотивации к труду у безработных, профориентационное консультирование. Сегодня методика цветовых метафор используется психологами, психотерапевтами, врачами, педагогами, социологами, политологами, маркетологами, менеджерами.

**Подготовка к
проведению методики**

Для диагностики мотивов и отношений необходимо определённым 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. Все понятия, которые используются в методике цветовых метафор, можно условно сгруппировать по нескольким категориям.

Таблица 1

Категории и примеры понятий методики цветowych метафор

Технология

Категории понятий		Примеры понятий
Ценности и потребности	Материальные	«Материальное благополучие», «Заработок», «Деньги», «Богатство» и т.п.
	В безопасности	«Безопасность», «Надёжность», «Стабильность», «Уверенность» и т.п.
	Коммуникативные	«Общение», «Любовь», «Дружба», «Близость», «Доверие» и т.п.
	В самоутверждении	«Свобода», «Личная независимость», «Признание окружающими», «Карьера», «Власть», «Превосходство» и т.п.
	В самоактуализации	«Успех», «Творчество», «Знания», «Обязанности», «Выполнение долга» и т.п.
Занятия и виды деятельности		«Труд», «Работа», «Учёба», «Бизнес», «Отдых», «Образование», «Наука», «Искусство», «Информация», «Спорт», «Политика», «Секс» и т.п.
Люди, группы людей и организации		«Какой я на самом деле», «Каким я хочу быть», «Моя мать», «Мой отец», «Моя семья», «Дети», «Люди», «Мои друзья», «Учителя» и т.п.
События и этапы жизненного пути		«Моё прошлое», «Моё настоящее», «Моё будущее», «Конфликты», «Неудача», «Угроза», «Болезнь» и т.п.
Эмоциональные переживания		«Радость», «Печаль», «Страх», «Раздражение», «Неприятности» и т.п.

Конкретный состав списка понятий определяется содержанием решаемой задачи, запросами клиента, интересами специалиста. Разумеется, для студентов это будет один список, для заключённых — другой, для наркоманов — третий

и т.д. Для любого списка важно наличие так называемых ключевых понятий. Для взрослых такими понятиями являются: «Моё увлечение», «Интересное занятие», «Моё прошлое», «Моё настоящее», «Моё будущее», «Какой я на самом деле»,

ПЕД диагностика
ПЕД диагностика

Процедура

«Каким мне хочется быть», «Радость», «Печаль», «Неприятности», «Раздражение», «Страх». Названия понятий заносятся на карточки или в специальный бланк. Кроме того, для оценки понятий клиентом используются цветные карточки мелкого или крупного формата. Рекомендуется применять стандартные цвета, соответствующие тесту Люшера. Использование стандартных цветов обеспечивает сопоставимость результатов, полученных различными специалистами.

Процедура проведения методики и обработки результатов

В случае индивидуальной формы проведения используется набор цветных карточек и набор карточек с названиями понятий. Цветные карточки раскладываются на столе в произвольном порядке. Испытуемому сообщается следующее: «Перед вами цветные карточки. Кроме того, я даю вам карточки, на которых написаны различные понятия. Я прошу вас каждое из этих понятий обозначить одним из цветов. Для этого вам необходимо карточку с понятием класть надписью вниз на тот цвет, который, по вашему мнению, лучше всего подходит для обозначения данного понятия». После того как клиент разложит

все понятия на соответствующие цвета, 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.

Поскольку индивидуальная форма проведения методики используется, главным образом, в процессе консультирования, результаты методики 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. Если полученные результаты вызывают у специалиста или у клиента сомнения, целесообразно проверить, не ошибся ли клиент при оценке соответствующих понятий определённым цветом, и если это необходимо, предложить ему исправить свою оценку. Необычность процедуры, её игровой и метафорический характер, наглядность при работе с карточками, возможность непосредственно манипулировать ими в процессе анализа значительно облегчают консультирование клиентов.

При групповой форме проведения метода цветowych метафор пронумерованные цветные карточки большего формата, чем входящие в тест Люшера, прикрепляются к доске или передней стене аудитории. Каждому испытуемому выдаётся бланк регистрации ответов. При этом испытуемому говорится следующее: «Перед вами на доске находятся цветные карточки, каждая из которых обозначена определённым номером. Вы получили бланк, на

котором имеется список понятий. Я прошу вас обозначить каждое понятие из этого списка определённым 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». После того, как все испытуемые напротив каждого понятия поставят номер самого подходящего для него цвета, даётся инструкция для второй части тестирования: «А теперь в самой верхней строчке таблицы справа от клетки «№ цвета» запишите, пожалуйста, номер самого приятного для вас цвета, цвета, который вам сейчас больше всего нравится. В клетке правее номера самого приятного цвета запишите номер следующего по степени привлекательности цвета и так далее. Таким образом, в верхней строчке у Вас должны быть записаны номера цветов, упорядоченных по степени привлекательности от самого приятного до самого неприятного».

Обработка полученных результатов не сложна. В первом столбце справа от номеров цветов ставятся галочки напротив тех понятий, которые обозначены самым привлекательным цветом. Например, если клиент выбрал в качестве наиболее привлекательного цвет под

Технология

Процедура

ПЕД диагностика
ПЕД диагностика

Таблица 2

**Пример заполненного бланка методики цветowych метафор
 (Испытуемая Е. — девушка 15 лет, учащаяся
 общеобразовательной школы)**

Понятие	№ цвета	3	2	5	1	7	6	4	0
Успех	2		+						
Неудача	1				+				
Общение	6						+		
Техника	7					+			
Болезнь	1				+				
Радость	3	+							
Моя учёба	1				+				
Свобода	3	+							
Знания	2		+						
Мой отец	2		+						
Люди	0								+
Каким (какой) я хочу быть	3	+							
Любовь	3	+							
Моя будущая работа	6						+		
Конфликты	1				+				
Угроза	7					+			
Природа	2		+						
Моя мать	1				+				
Труд	7					+			
Образование	1				+				
Мой будущий муж (моя будущая жена)	3	+							
Медицина	6						+		
Моё настоящее	1				+				
Конкуренция	2		+						
Реклама	6						+		
Искусство	3	+							
Мой друг (подруга)	3	+							
Семья	5			+					
Моё прошлое	3	+							
Информация	0								+

ПЕД диагностика
ПЕД диагностика

Таблица 3

**Пример групп понятий, обозначенных разными цветами
(Испытуемая Е. — см. табл. 2)**

3	2	5	1	7	6	4	0
Радость	Успех	Семья	Неудача	Техника	Общение	Какая я на самом деле	Люди
Свобода	Знания	Мой будущий ребёнок	Болезнь	Угроза	Моя будущая работа		Информация
Какой я хочу быть	Мой отец	Материальное благополучие	Моя учёба	Труд	Медицина		
Любовь	Природа	Моя будущая профессия	Конфликты	Неприятности	Бизнес		
Мой будущий муж	Заработок		Моя мать	Страх	Обслуживание		
Искусство	Финансы		Образование	Управление	Реклама		
Мой друг	Моё будущее		Моё настоящее	Управление	Обслуживание		
Моё прошлое	Моя карьера		Печаль	Домашнее хозяйство	Раздражение		
Перемены	Наука		Мой дом				
Моё увлечение			Школа				
Интересное занятие			Дети				
Творчество			Мои обязанности				

В шапке таблицы представлены номера цветов в порядке их предпочтения испытуемым. В столбцы таблицы записываются понятия, обозначенные соответствующими цветами. Наконец, для большей наглядности последней таблицы целесообразно каким-либо образом (подчёркиванием, обведением, цветным маркером) выделить названия ключевых понятий.

Бланковая форма методики менее удобна для решения задачи индивидуального консультирования, поскольку она требует дополнительного времени на предварительную обработку результатов и менее

наглядна для обсуждения по сравнению с карточками. Преимущество бланковой формы заключается в том, что она более удобна для группового сбора данных, не предполагающего обсуждения результатов с каждым клиентом.

Интерпретация результатов методики

Анализ результатов методики цветowych метафор основан на следующих положениях. **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. Ряд потребностей характеризует особенности человека как биологического существа. К ним относятся пищевые и сексуальные потребности, потребности в отдыхе и безопасности, потребности в сенсорных впечатлениях и двигательной активности, стадные инстинкты, забота о потомстве и т.п. Другие потребности характеризуют специфику личности человека. Это материальные, коммуникативные, познавательные, творческие, нравственные и эстетические потребности, потребности в любви, власти, превосходстве, достижении успеха.

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. 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 потребностей** мы будем рассматривать устойчивые потребности, которые являются существенной характеристикой человека, определяются его личностью и мало 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 наиболее важно в жизни человека. Отсутствие базовых потребностей может указывать на утрату интересов, безразличие и подавленное состояние человека.

Удовлетворение базовых потребностей — условие эмоционального благополучия человека. Их неудовлетворение в настоящем и отсутствие ожиданий на удовлетворение хотя бы в будущем может приводить к состоянию повышенной эмоциональной напряжённости, беспокойству, нестабильному поведению и стремлению их компенсировать. **Актуальными потребностями** мы будем

Технология

ТЕХНОЛОГИЯ

**Интерпретация
результатов**

ПЕД диагностика
ПЕД диагностика

**Интерпретация
результатов**

считать ситуационно обусловленные потребности, которые возникли под влиянием внешних обстоятельств. Актуальные потребности менее стабильны, чем базовые, и могут их дополнять. При неудовлетворённых 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 определённую 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 дея-

тельности 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 её удовлетворение. Кроме того, необходимо учитывать, что мотивы не только предшествуют деятельности, но могут развиваться и изменяться при её освоении 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 является 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, на кого хочет быть похож, в

какой мере удовлетворён собой. Отношение к различным видам деятельности характеризует наличие, силу и содержание побуждений к соответствующим видам деятельности и содержание возникающих в связи с ними переживаний.

Основанием для интерпретации результатов методики цветowych метафор является следующее положение. Если понятия обозначены одним цветом (попадают в одну группу), это не случайно. Например, если человек поместил в одну группу понятия «интересное занятие» и «моя учёба», то это значит, что он относится к своей учёбе с интересом. Если он объединяет понятия «каким я хочу быть» и «мой отец», то он, вероятно, хочет быть похож на своего отца. Если человек обозначает одним цветом понятия «моя школа» и «угроза», то он боится своей школы. Если в одной группе оказываются понятия «моё будущее», «моё увлечение», «достижение успеха», «творчество», «радость», то в сознании человека его собственное будущее ассоциируется именно с этими понятиями, его представления о будущем оптимистичны.

В процессе интерпретации сначала анализируются понятия, обозначенные самыми приятными цветами. Потом анализируются те группы, в которые попадают понятия

«моё увлечение» и «интересное занятие». Затем те, которые связаны с понятием «моё настоящее», «моё будущее» и «моё прошлое». Далее выясняется, с какими понятиями ассоциируются понятия «какой я есть на самом деле» и «каким я хочу быть». После этого определяется, какие понятия обозначаются самыми неприятными цветами. Какие понятия связаны с отрицательными переживаниями или событиями: «неудачей», «угрозой», «раздражением», «печалью», «неприятностями» и т. п. Наконец, можно выявить отношение клиента к конкретным занятиям, людям или другим жизненным обстоятельствам: к работе, учёбе, детям, друзьям, начальству и т. д. Анализируя, какие понятия попадают в одну группу, то есть обозначены одним и тем же цветом, мы можем узнать, с какими потребностями связан интересующий нас вид деятельности, или какими эмоциональными переживаниями сопровождаются различные занятия, люди и события.

При анализе результатов методики цветowych метафор можно получить следующие показатели.

Состав базовых потребностей — содержание наиболее устойчивых и связанных с индивидуальными особенностями личности стремлений, интересов

Технология

ТЕХНОЛОГИЯ

Интерпретация результатов

ПЕД диагностика
ПЕД диагностика

Интерпретация результатов

и увлечений: материальных, в отдыхе, в безопасности, коммуникативных, в превосходстве, познавательных, творческих, в достижении успеха. На базовые потребности указывают понятия, которые либо обозначены самым привлекательным цветом, либо оцениваются теми же цветами, что и «Моё увлечение» и «Интересное занятие». То есть всё, что обозначено самым приятным цветом, нравится клиенту, а всё, что связано с интересным занятием и увлечением, воспринимается им как интересное и увлекательное. В том случае, когда самым привлекательным цветом почти ничего не обозначено, а с интересным занятием и увлечением мало что связано, можно предположить, что клиенту в жизни мало что нравится, а его интересы и увлечения в значительной мере утрачены.

Удовлетворённость базовых потребностей, степень выраженности эмоционального благополучия или фрустрации. Эмоциональная удовлетворённость в настоящее время, в будущем или в прошлом выявляется на основании того, обозначены ли понятия «Моё настоящее», «Моё будущее» или «Моё прошлое» самым приятным цветом и связаны ли они с понятиями «Моё увлечение» или «Интересное занятие». Если базовые потребности обозначены тем же цветом, что и

понятие «Моё настоящее», то можно считать, что человек может в достаточной мере удовлетворить их в настоящий момент. Если базовые потребности связаны с понятием «Моё будущее», то человек рассчитывает на их будущее удовлетворение. Связь базовых потребностей с понятием «Моё прошлое» может указывать на то, что они удовлетворялись ранее. Наконец, отсутствие связи базовых потребностей с настоящим, будущим и прошлым позволяет сделать предположение о максимальной степени их фрустрации. В этом случае ни настоящее, ни будущее, ни прошлое не воспринимаются клиентом как нравящееся, интересное или увлекательное.

Состав актуальных потребностей, определяющих, чем человек озабочен, на чём он сосредоточен, о чём думает и что вынужден делать в настоящее время под влиянием ситуации, внешних обстоятельств. На актуальные потребности указывают понятия, обозначенные тем же цветом, что и понятие «Моё настоящее».

Отношение к настоящему, будущему и прошлому, содержание забот, ожиданий, надежд, намерений, планов, воспоминаний. О содержании отношений к настоящему, будущему и прошлому свидетельствуют понятия, обозначенные тем

же цветом, что и понятия «Моё настоящее», «Моё будущее» и «Моё прошлое». Анализ отношений основан на том, с какими эмоциональными переживаниями, занятиями, людьми и событиями ассоциируются представления о различных этапах жизненного пути человека.

Отношение к себе и другим людям, уровень самооценки, удовлетворённость своей личностью, социальная идентичность, идеалы и образцы для подражания. Расстояние между понятиями «Какой (какая) я на самом деле» и «Каким (какой) я хочу быть», характеризующими реальное и идеальное «я», характеризует уровень самооценки. В частности, идентичность этих понятий, то есть обозначение их одинаковым цветом, свидетельствует о максимально высокой самооценке, полной удовлетворённости собой и об отсутствии потребности в дальнейшем личностном росте и самосовершенствовании. В том случае, если идеальное «я» оценивается несколько более привлекательным (на одну или две позиции) цветом, чем реальное «я», можно говорить об умеренной удовлетворённости своей личностью, стремлении к самосовершенствованию без болезненных переживаний по поводу своих недостатков.

Ещё большее расстояние

между данными понятиями, когда идеальное «я» находится левее реального «я» на три позиции и более, может указывать на значительную неудовлетворённость и наличие связанных с этим болезненных переживаний, что может приводить к невротическим расстройствам. Наконец, большая привлекательность реального «я» по сравнению с идеальным «я» часто сопровождает процесс изменений отношения к себе в данный момент времени и имеет, как правило, временный характер.

Обозначение понятий «Какой я на самом деле», «Моя мать», «Мой отец», «Мой друг» и т.п. такими же цветами, как понятия «Радость», «Любовь», «Интересное занятие», «Моё увлечение» или, напротив, такими же цветами, как «Печаль», «Неприятности», «Раздражение», «Конкуренция» и т.п. свидетельствует, соответственно, о позитивном или негативном отношении к себе и данным людям. Обозначение понятия «Какой я на самом деле» таким же цветом, как и понятия, соответствующие какому-либо другим конкретным людям, указывает на сходство эмоционального отношения к себе и этим людям, идентификацию с ними, говорит о том, на кого клиент считает себя похожим, кем он себя считает, к какой общности людей он

Технология

ТЕХНОЛОГИЯ

Интерпретация результатов

ПЕД диагностика
ПЕД диагностика

**Интерпретация
результатов**

принадлежит. Наконец, обозначение идеального «я» таким же цветом, что и определённых других людей, указывает на стремление клиента походить на них, подражать им, брать с них пример.

Отношение к различным видам деятельности и их мотивы, в частности, содержание базовых и актуальных потребностей, побуждающих к учебной и трудовой деятельности, а также связанные с различными занятиями эмоциональные переживания. Обозначение таких понятий, как «Моя работа», «Моя учёба» и других видов деятельности такими же цветами, как понятия «Интересное занятие» или «Моё увлечение», свидетельствует о том, что данные виды деятельности побуждаются наиболее устойчивыми базовыми потребностями, воспринимаются как увлечение. Если деятельность не связана с интересами и увлечением, а обозначена таким же цветом, что и понятие «Моё настоящее», то такая деятельность побуждается менее стабильными актуальными потребностями. В частности, связь представления об учёбе с настоящим свидетельствует о том, что клиент в настоящее время вынужден учиться под влиянием обстоятельств, ради удовлетворения потребностей, не связанных с его интересами. Если деятельность связана с потреб-

ностями, не являющимися базовыми или актуальными, то её мотивация достаточно слаба. Наконец, связь деятельности с негативными эмоциональными переживаниями указывает на её избегание.

Источники стресса — занятия, люди и события, вызывающие негативные эмоциональные переживания. Понятия, обозначенные самым неприятным цветом, а также понятия, обозначенные теми же цветами, что и «Печаль», «Страх», «Угроза», «Раздражение», «Неприятности» и т.п.

Вытесненные из сознания представления и переживания, представляющие собой форму психологической защиты, которая проявляется в том, что человек старается о чём-то не думать, забыть, не замечать вследствие крайней значимости, эмоциональных травм, запретов, нереализованных фантазий, внутренних конфликтов. О содержании вытесненных комплексов свидетельствуют изолированные, одиночные, ни с чем не связанные понятия, то есть понятия, обозначенные каким-либо цветом, которым больше не обозначено ни одно другое понятие из списка. Например, если изолированным является понятие «Отдых», клиент старается не думать об отдыхе, забыть про него, игнорировать отдых в своей жизни, что может привести к

перегрузкам, переутомлению и внезапным срывам работоспособности. Если изолированным является понятие «Угроза» или «Страх», клиент не обращает внимания на угрожающие ситуации, ведёт себя как бесстрашный человек, часто рискует, что может привести к реальной опасности. Вытеснение понятий «Моё увлечение», «Интересное занятие» и «Радость» может говорить об их утрате и состоянии депрессии.

На подобном восьмишаговом анализе может строиться как обсуждение результатов методики с клиентом в процессе консультирования, так и подготовка заключения (см. табл. 4).

Специфика использования методики для диагностики эмоциональных отношений и проблем учащихся начальных классов

Методика цветовой метафор пригодна для обследования эмоционального состояния и отношений учащихся младших классов. Содержание и структура эмоциональных отношений могут рассматриваться, с одной стороны, как фактор, затрудняющий или облегчающий психологическую адаптацию школьников; с другой стороны, как показатель уровня этой адаптации. Методика позволяет в течение короткого

времени получить информацию о содержании эмоциональных переживаний и отношений каждого ребёнка к себе, различным людям, занятиям и событиям, а также представить эмоциональный портрет класса в целом и сравнить его с другими классами.

Список понятий для младших школьников может содержать следующие категории: виды деятельности (игра, учёба, труд, отдых, домашнее задание), события (болезнь, наказание), люди и группы людей (мой друг, моя школа, моя учительница, мой класс, моя семья), позитивные чувства (радость, интерес, увлечение), негативные чувства (грусть, обида, страх). В качестве процедуры обследования может использоваться игра в волшебную комнату, стены которой «окрашиваются» в различные цвета в зависимости от того, о чём думает человек. Школьники на листок в столбик записывают номера цветов, в которые, по их мнению, окрашивается комната, когда психолог называет различные слова из списка. На обратной стороне листка школьники в строчку записывают номера цветов в порядке привлекательности.

В процессе обработки результатов для каждого ребёнка выписываются восемь групп понятий, обозначенных цветами с первого по восьмой по степени привлекательности.

Технология

ТЕХНОЛОГИЯ

Пример заключения по результатам методики цветowych метафор (Испытуемая Е. — см. табл. 2–3)

Показатель	Значение показателя
Состав базовых потребностей	Самым привлекательным цветом обозначены свобода, любовь, творчество, перемены, которые к тому же ассоциируются с увлечением и интересным занятием. Можно предположить, что Е. стремится, главным образом, к удовлетворению коммуникативных потребностей, потребностей в самоутверждении и самоактуализации
Удовлетворённость базовых потребностей	Базовые потребности не связаны в сознании Е. с настоящим и будущим, а ассоциируются только с представлением о прошлом. Прошлое обозначено самым привлекательным цветом. Следовательно, в настоящее время удовлетворение базовых потребностей блокируется. Е. живёт воспоминаниями о счастливом прошлом и не надеется на перемены к лучшему в будущем
Состав актуальных потребностей	В настоящее время Е. вынуждена выполнять свои обязанности, сосредоточившись на учёбе в школе и конфликтных отношениях с матерью, которые воспринимаются как неудача и ассоциируются с болезнью
Отношение к будущему	Представление о будущем связано с удовлетворением малозначимых потребностей в успехе, знаниях, заработке и карьере в сфере науки или финансов
Отношение к себе и другим	Расстояние между образом идеального и реального Я очень велико. Похоже, Е. крайне не удовлетворена своей личностью, может страдать от чувства неполноценности. Хочет быть похожей на любимого друга и мужа. Старается не думать, забыть о себе. Отношения с отцом воспринимаются как конкуренция. Подавлена отношениями с матерью. Испытывает негативные отношения к людям в целом
Отношение к различным видам деятельности	Увлечена искусством. С безразличием относится к науке и финансам. Будущую профессию ещё не выбрала. Учебная деятельность не связана ни с интересным занятием, ни с увлечением, ни с настоящим, то есть не побуждается ни базовыми, ни актуальными потребностями. Только слабая потребность в выполнении обязанностей заставляет учиться. Более того, учёба и образование вызывают печаль. Техника,

	бизнес, управление и домашнее хозяйство воспринимаются как угроза и источник неприятностей. Медицина, реклама и обслуживание раздражают. Испытывает ненависть к информации
Источники стресса	Самым неприятным цветом обозначены люди и информация. С раздражением ассоциируются общение и будущая работа, медицина, реклама и обслуживание. Труд, техника, бизнес, управление и домашнее хозяйство вызывают страх. В настоящем присутствуют неудачи и болезни, связанные с домом и школой, учёбой и отношениями с матерью
Вытесненные из сознания представления и переживания	Понятие «Какая я на самом деле» является изолированным, ни с чем и ни с кем не ассоциируется. Е. старается не думать о себе, не обращает на себя внимания, игнорирует свою личность, забывает о своих интересах

Анализируется, какие именно понятия были обозначены самым привлекательным и самым непривлекательным цветом, что позволяет определить содержание стремлений и источников стрессовых переживаний. Выявляется, какие понятия ассоциируются с позитивными чувствами, а какие — с негативными чувствами. Определяется, с какими чувствами ассоциируются понятия «Моя школа», «Моя учительница», «Мой класс», «Учёба», «Домашнее задание». Таким образом, для каждого ребёнка могут быть получены показатели отношений к различным видам деятельности, разным людям, определены содержание интересов и увлечений, источники страха и других болезненных переживаний.

Групповая обработка включает в себя подсчёт количества и

процента учащихся класса, которые обозначали одним и тем же цветом различные пары понятий, образованных, с одной стороны, аспектами учебной деятельности (моя школа, мой класс, моя учительница, учёба, домашнее задание), а с другой стороны, позитивными и негативными чувствами (радость, интерес, увлечение, грусть, обида, страх). Например, подсчитывалось, какой процент учеников данного класса считает, что «учёба» — это «радость» (то есть, указанные понятия относятся к одной группе, обозначены одинаковым цветом), а какой процент учащихся относит к одной группе «учёбу» и «страх» (см. табл. 5).

Таким образом, результаты использования методики цветочных метафор в младших классах общеобразовательной школы позволяют:

Технология

Технология

Начальные классы

ПЕД диагностика
ПЕД диагностика

Таблица 5

**Пример групповой обработки результатов методики
 цветowych метафор по данным 1-го класса
 общеобразовательной школы (в таблице представлен
 процент учащихся в классе, обозначивших
 соответствующие пары понятий одинаковым цветом)**

Понятия	Грусть	Обида	Страх	Радость	Интерес	Увлечение	Негативные	Позитивные	Разность
Моя школа	10	5	15	10	0	10	30	20	-10
Учительница	10	10	10	15	15	15	30	45	15
Мой класс	10	5	5	21	21	31	20	73	53
Учёба	21	31	15	5	15	21	67	41	-26
Домашние задания	15	31	21	5	5	10	67	20	-47
Всего	66	82	66	56	56	87	214	199	-15

- определить отношения учащихся к различным формам учебных занятий, учебным программам, дисциплинам, преподавателям и одноклассникам;
- оценить уровень адаптации учащихся к учебной деятельности, выявить содержание и источники эмоциональных проблем, выделить конкретные группы детей, характеризующихся наличием связанных с учёбой проблем и нуждающихся в дополнительной психологической и педагогической помощи;
- сравнить эмоциональные отношения и учебную мотивацию учащихся в разных классах и образовательных учреждениях;
- отследить динамику эмоциональных отношений и мотивации учащихся в процессе изменений содержания и условий учебной деятельности.

Литература

1. *Osgood Ch.E., Suci G.J., Tannenbaum P.H.* The measurement of meaning. Urbana: University of Illinois, 1957.
2. *Kelly G.A.* The Psychology of Personal Constructs. Volume 1: A Theory of Personality. 2: Clinical Diagnosis and Psychotherapy. New York: Norton, 1955.
3. *Шмелев А.Г.* Введение в экспериментальную психосемантику. Теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности. М.: МГУ, 1983.
4. *Петренко В.Ф.* Введение в экспериментальную психосемантику. Исследование форм репрезентации в обыденном сознании. М.: МГУ, 1983.

5. *Похилько В.И.* Психодиагностика индивидуального сознания // В кн.: Общая психодиагностика / Под ред. А. А. Бодалева, В.В. Столина. М.: МГУ, 1987.
6. *Франселла Ф., Баннистер Д.* Новый метод исследования личности. Руководство по репертуарным личностным методикам. М.: Прогресс, 1987.
7. *Петренко В.Ф.* Основы психосемантики. СПб.: Питер, 2005
8. *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 / Вопросы профессионального психологического отбора и психологического сопровождения учебно-воспитательного процесса в вузе: Материалы Всеармейского учебно-методического сбора 1988 г. М., 1989. С. 121–129.
9. *Соломин И.Л.* Структура и динамика мотивации безработных женщин / Проф-ориентация и психологическая поддержка — новые возможности занятости: Сб. докладов Межрегиональной научно-практической конференции. Государственный центр проф-ориентации и психологической поддержки безработных граждан и незанятого населения. М.: Триада, 1999. С. 169–173.
10. *Соломин И.Л.* Об опыте практического использования методики психосемантической диагностики мотивации (на примере Чернобыльской атомной электростанции) / Психологическая газета, 2001. №11/74.
11. *Соломин И.Л.* Психосемантическая диагностика скрытой мотивации: Методическое руководство. СПб.: ИМАТОН, 2001.
12. *Соломин И.Л.* Психосемантическая диагностика трудовой мотивации в управлении персоналом // Мир авионики. 2006. №4.
13. *Соломин И.Л.* Методика экспресс-оценки истинной трудовой мотивации у современной молодежи для решения задач профессиональной ориентации. СПб.: Рост, 2004.
14. *Соломин И.Л.* Современные методы психологической экспресс-диагностики и профессионального консультирования. СПб.: Речь, 2006.
15. *Эткинд А.М.* Цветовой тест отношений и его применение в исследовании больных невротами // Социально-психологические исследования в психоневрологии / Под ред. Е. Ф. Бажина. Л., 1980. С. 110–114.

Технология

Литература