

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 темотематического комплекса	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