

Дерябина Алена Сергеевна

### **ИССЛЕДОВАНИЕ СОДЕРЖАНИЯ ВРЕМЕННОЙ ПЕРСПЕКТИВЫ ЗРЕЛОЙ ЛИЧНОСТИ**

В статье приводятся данные эмпирического исследования содержания временной перспективы мужчин и женщин в возрасте 30-50 лет. В рамках "отношенческой" теории, которая охватывает практически все основные проблемы теории мотивации, Ж. Нюттен разработал "метод мотивационной индукции", который позволяет оценить мотивационные объекты в более или менее отдаленном будущем, а также изучить содержание и протяженность временной перспективы.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/1/2012/12-1/11.html](http://www.gramota.net/materials/1/2012/12-1/11.html)

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

### **Альманах современной науки и образования**

Тамбов: Грамота, 2012. № 12 (67): в 2-х ч. Ч. I. С. 44-47. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/1.html](http://www.gramota.net/editions/1.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/1/2012/12-1/](http://www.gramota.net/materials/1/2012/12-1/)

### **© Издательство "Грамота"**

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [almanac@gramota.net](mailto:almanac@gramota.net)

УДК 159.9

**Психологические науки**

*В статье приводятся данные эмпирического исследования содержания временной перспективы мужчин и женщин в возрасте 30-50 лет. В рамках «отношенческой» теории, которая охватывает практически все основные проблемы теории мотивации, Ж. Нюттен разработал «метод мотивационной индукции», который позволяет оценить мотивационные объекты в более или менее отдаленном будущем, а также изучить содержание и протяженность временной перспективы.*

*Ключевые слова и фразы:* временная перспектива; содержание временной перспективы; метод мотивационной индукции.

**Алена Сергеевна Дерябина**

Кафедра «Психология»

Дальневосточный государственный университет путей сообщения, г. Хабаровск

Alyonasi8@list.ru

**ИССЛЕДОВАНИЕ СОДЕРЖАНИЯ ВРЕМЕННОЙ ПЕРСПЕКТИВЫ ЗРЕЛОЙ ЛИЧНОСТИ<sup>©</sup>**

Мотивация, как система внутренних факторов, направляет и ориентирует поведение человека на достижение какой-либо цели. Стремление к этой цели, как и стремление к саморазвитию, побуждает человека много работать и развиваться. Саморазвитие, движение вперед часто сопровождаются ожиданиями, страхами перед новым и неизведанным. С одной стороны, человек стремится к чему-то новому, а с другой - страх перед опасностью и чем-то неизвестным, желание избежать риска сдерживают это движение вперед. А. Маслоу утверждал, что развитие происходит тогда, когда следующий шаг вперед объективно приносит больше радостей, больше внутреннего удовлетворения, чем предыдущие достижения, которые стали чем-то обычным. Когда удастся актуализировать у человека мотив саморазвития, увеличивается сила его мотивации к деятельности [1].

«Метод мотивационной индукции» построен на принципе завершения предложений и дает множество мотивационных объектов, когнитивно переработанных в целевые объекты, намерения, стремления и желания, расположенных во временной перспективе: близком, среднеудаленном или отдаленном будущем. Протяженность временной перспективы способствует постановке субъектом отдаленных или близких целей и выработке долгосрочных поведенческих проектов [2].

Выборку нашего исследования составили мужчины и женщины в возрасте от 35 до 50 лет. Всего в организованном нами исследовании приняли участие 190 человек. Данный возрастной период был выбран потому, что это время, когда человек критически анализирует и оценивает свою жизнь. Некоторые люди могут быть удовлетворены собой, для других анализ прожитых лет не вызывает столь положительных эмоций. Кроме того, в настоящее время не так много исследований, посвященных этому периоду жизни человека. Мы рассмотрели данную проблему в аспекте гендерной идентичности.

С помощью опросника «Самоописание половых ролей» С. Бем мы разделили всех участников эксперимента на четыре группы: 65 человек с низкой андрогинией, с высокой андрогинией - 54 человека, т.е. те, у кого наблюдается высокий баланс маскулинных и феминных характеристик (АТ), маскулинный тип (МТ) с преобладанием маскулинных характеристик - 51 человек и фемининный тип (ФТ) - с преобладанием фемининных характеристик - 37 человек. Из них 65 человек были отнесены к андрогинному типу с низкими показателями андрогинии, поэтому мы не включили их в выборку. Соответственно, мы проводили обработку данных трех групп. Выраженность маскулинности и фемининности у респондентов трех групп различна ( $p < 0.001$ ), что подтверждает правильность разбиения выборки на подгруппы. В возрасте респондентов трех групп статистически значимых различий выявлено не было (хи-квадрат=4,1). Средний возраст всех респондентов 37,1 лет.

Данная методика позволила определить сходства и различия проявления мотивационных категорий у респондентов трех групп, протяженность и содержание временной перспективы будущего, которое задается самими мотивационными объектами.

На первом этапе сравнение мотивационных объектов осуществлялось путем их ранжирования и позволило выделить наиболее значимые мотивационные объекты для респондентов.

В результате сравнительного анализа было обнаружено, что частота выбираемости мотивационных объектов, которая осуществлялась с помощью ро-критерия Спирмена, показала близость распределений ( $p < 0.001$ ).

Наиболее выраженные мотивационные объекты у респондентов всех трех групп:

- SR, SR (m), SR (p), SR (ph), SR (b) - это объекты, связанные с «самореализацией», направленные на достижение и реализацию целей и планов субъекта. Данную категорию объектов респонденты МТ и АТ ставят на первое место по значимости, а респонденты ФТ - лишь на третье. В рамках данной категории респонденты формулировали высказывания, которые представляют собой желание достигнуть намеченной цели, получить желаемый результат, совершить что-нибудь хорошее. Они говорят о стремлении к реализации себя, хотят достигнуть успеха, решить свои проблемы, хотят жить спокойной и счастливой жизнью.

**Табл. 1.** Сравнительный анализ мотивационных объектов между группами МТ, ФТ, АТ

	ранг МТ	ранг ФТ	ранг АТ
U	13	16	13,5
Негативные индукторы с буквой N «-»	5,5	2	8
S, S (gf), S (ceg), S (ph)	3	6	2
Scar, Scar (ceg), Scar (calt)	10	18	5,5
SR, SR (m), SR (p), SR (ph), SR (b)	1	3	1
SR2, SR2 (E), SR2 (b)	7	8	16
Sapt, Sapt (l), Sapt (Ew)	12	13	10
S (Raut), (ps)	5,5	20	21,5
Saut (ec), Saut (ph)	8	15	23
Spre (ph), Spre (ps), Spre (T), Spre (ec)	18	7	4
T, Tx	18	18	18
E, E (I), E (s), E (w), E (C), E (C2)	16	18	18
R, R (a), R (I)	11	11	13,5
R2, R2 (s)	15	10	11
R3	18	23	20
R2 (n)/b	22,5	22	21,5
l, l (gf), l (pf), l (E), l (ss), l nr (ph)	9	4	9
P, P (ls), P (gf), P (an), PC3 (f)	2	5	5,5
b	21	21	18
Cint, e	14	12	7
C2, C2 (ap), C2 (af)	20	9	12
C3, C3 (f), C3 (gr), C3 Spre (ph)	4	1	3
Calt, f Calt, a/R (d)	22,5	14	15

• P, P (ls), P (gf), P (an), PC3 (f) - это объекты, связанные с желанием обладать, приобрести, совершить покупку или завладеть собственностью. Данную категорию объектов респонденты МТ поставили на второе место по значимости. В рамках этой категории респонденты формулировали высказывания о желании приобрести что-либо (машину, квартиру, коттедж с бассейном, собаку, сделать новую покупку, построить дачу, жить в частном доме, получить зарплату). Некоторые из них говорят о покупке чего-либо не только для себя, но и для своей семьи, детей.

• S, S (gf), S (ceg), S (ph) - это характеристики личности, связанные с мотивациями, относящимися к целостной личности, а также к отдельным характеристикам личности. Данную категорию объектов респонденты МТ и АТ ставят на третье и второе места по значимости соответственно. В рамках этой категории формулируются высказывания, которые представляют собой желание изменить себя или какие-то свои качества, развить способности или умения. Они говорят о том, что работают над собой, пытаются быть мудрыми, счастливыми, стараются контролировать свои эмоции. Женщины ФТ часто пишут о желании похудеть, стать стройными, молодыми и красивыми (S (ph)). Некоторые респонденты говорят о том, что рассчитывают на удачу, случай или выигрыш в лотерею (S (gf)).

• C3, C3 (f), C3 (gr), C3 Spre (ph) - мотивационные объекты, в которых субъект выражает свои желания, надежды и опасения, касающиеся других. Данную категорию объектов респонденты ФТ и АТ ставят на первое и третье места по значимости соответственно. В рамках этой категории формулируются высказывания, связанные с поведением по отношению к другим людям. Часто респонденты говорят о желании познакомиться с кем-либо, завести семью, детей. Говорят о надеждах или опасениях относительно своих близких. Респонденты также желают, чтобы дети превзошли их, хотят счастья детям и здоровья родителям. Некоторые прилагают много усилий и желают сохранить семью.

• Негативные индукторы N «-» - это мотивационные объекты, имеющие негативные компоненты, в которых проявляется нежелание субъекта что-либо делать, иметь. Данную категорию объектов респонденты ФТ ставят на второе место по значимости. В рамках этой категории они формулируют высказывания, связанные с нежеланием говорить, работать, или делать что-либо, страхом, что не смогут сделать то, что задумали, останутся одни, будут непризнаны окружающими, никогда не женятся.

Сравнительный анализ показал, что у респондентов всех трех групп схожи мотивационные объекты, связанные с самим субъектом, с его саморазвитием, самореализацией, с близкими людьми, с желанием обладать чем-либо.

Более детальный сравнительный анализ, проводимый с использованием фи-критерия Фишера, позволил определить следующие значимые различия при ( $p < 0.001$ ).

Табл. 2

	<i>MT</i>	<i>ФТ</i>	<i>АТ</i>	<i>фи-критерий MT-ФТ</i>	<i>фи-критерий MT-АТ</i>	<i>фи-критерий ФТ-АТ</i>
U	44	20	44	3,2	0,0	3,1
Негативные индукторы с буквой N «-»	120	200	100	4,7	1,4	6,1
S, S (gf), S (ceg), S (ph)	188	136	176	3,1	0,6	2,5
Scar, Scar (ceg), Scar (calt)	68	12	130	7,0	4,6	11,6
SR, SR (m), SR (p), SR (ph), SR (b)	242	162	188	4,4	2,8	1,6
SR2, SR2 (E), SR2 (b)	104	96	28	0,6	7,0	6,4
Saut (ec), Saut (ph)	80	22	0	6,2	12,8	6,5
Spre (ph), Spre (ps), Spre (T), Spre (ec)	16	100	132	8,6	10,8	2,2
R2, R2 (s)	30	66	56	3,8	2,9	0,9
R3	16	2	12	3,9	0,9	3,0
l, l (gf), l (pf), l (E), l (ss), l nr (ph)	70	146	88	5,4	1,5	3,9
P, P (ls), P (gf), P (an), PC3 (f)	206	142	130	3,8	4,3	0,6
Cint, e	36	54	104	1,9	6,1	4,2
C2, C2 (ap), C2 (af)	12	70	48	6,9	5,0	1,9
C3, C3 (f), C3 (gr), C3 Spre (ph)	124	230	172	6,0	2,9	3,1
Calt, f Calt, a/R (d)	4	38	38	6,2	6,1	0,0

Респонденты *MT* чаще, чем респонденты *ФТ*, называют объекты, которые трудно идентифицировать, пропускают объекты, не отвечая на индукторы. Что касается *ФТ*, то, по сравнению с *АТ*, они использовали такого рода высказывания реже. Это может быть связано с трудностью понимания некоторых индукторов, возможно, с некоторыми трудностями в целеполагании, но в большей степени ответы на некоторые индукторы были просто пропущены. Респонденты *ФТ* чаще, чем *MT*, называют объекты, связанные с нежеланием что-либо делать. По сравнению с *АТ*, респонденты *ФТ* также употребляют эти высказывания чаще: «Мне очень понравилось бы не работать», «...я буду не один», «...не поддаваться».

Далее идет группа высказываний, связанных с категорией S, S (gf), S (ceg), S (ph). Респонденты *MT* чаще, чем *ФТ*, называют характеристики личности, связанные с мотивациями, относящимися к целостной личности, а также к отдельным ее характеристикам.

Значимые различия были выявлены также относительно категории Scar, Scar (ceg), Scar (calt). Респонденты *MT* чаще респондентов *ФТ* и *АТ* упоминают о характеристиках и чертах, не относящихся к способностям и умениям. Но и респонденты *ФТ*, по сравнению с *АТ*, также говорят об этом чаще: «я страстно желаю быть полезным», «стать нужным всем», «быть милым».

По частоте высказываний категория SR, SR (m), SR (p), SR (ph), SR (b) - т.е. объекты, связанные с «само-реализацией», преобладает у респондентов *MT*, по сравнению с *ФТ*: «я стремлюсь к совершенству», «я добьюсь своих целей», «я прилагаю усилия к достижению целей».

В категории SR2, SR2 (E), SR2 (b) - развитие в профессии - были выявлены значимые различия между респондентами *MT* и *ФТ*. Они чаще, чем респонденты *АТ*, упоминают об этих мотивационных объектах. Мужчины и женщины *MT* - чаще респондентов *АТ*, и респонденты *ФТ* - чаще, чем *АТ*.

Значимые различия были также найдены в ответах категории Saut (ec), Saut (ph) - экономическая автономия, физическая самостоятельность - у респондентов *MT* по сравнению с *ФТ* и *АТ*, и респондентов *ФТ* по сравнению с *АТ*. Таким образом, респонденты *MT* чаще остальных говорят о желании быть экономически и финансово независимыми и самостоятельными. Часто это связано с желанием жить отдельно, иметь собственную квартиру: «я хочу жить со своей собственной семьей отдельно», «съехать от родителей».

Значимые различия мы установили в ответах категории Spre (ph), Spre (ps), Spre (T), Spre (ec), в которой субъекты говорят о личностной автономии, психологическом и экономическом самосохранении. Мы нашли значимые различия между группами *MT* и *ФТ*, между группами *MT* и *АТ*. Данную категорию объектов респонденты *АТ* употребляют чаще всего. В рамках этой категории формулируются высказывания, связанные со стремлением к стабильной экономической ситуации (Spre (ec)): «я стремлюсь к стабильности», «благополучию во всем», «стабильной зарплате»; физическому самосохранению (Spre (ph)): «я опасюсь старости, немощности», «хочу сделать пластику», «за свое здоровье», «хочу здоровья своей дочери», «чтоб мой ребенок не болел», «желаю здоровья моей семье», «я прилагаю усилия по совершенствованию тела», «я пытаюсь

похудеть» и многие другие. Они также говорят о психологическом самосохранении, защите или обеспечении внутреннего равновесия, устойчивости, психологическом благополучии. Они желают защиты от критики со стороны других людей, боятся, что их планы не сбудутся: «я определенно хочу спокойствия». Респонденты также говорят об объектах Spre (T) - самосохранение на экзистенциальном уровне. В рамках данной категории формулируются высказывания, связанные со смертью, бессмысленностью жизни, бессмертием: «когда-нибудь я умру», «я боюсь, что все это зря», «мой самое большое желание - жить вечно».

Значимые различия мы установили в ответах категории R2 - активность, связанная с работой и профессиональной деятельностью. Респонденты ФТ и АТ чаще, чем респонденты МТ, говорят о «карьерном росте», «стремлении к совершенству в профессиональной сфере».

Мы также установили значимые различия в ответах категории R3 - активность, связанная с учебной деятельностью. Респонденты МТ и АТ чаще, чем респонденты ФТ, говорят о желании «получить права или второе высшее образование», «написать диссертацию».

В категории L - объекты, связанные с досуговой активностью, отдыхом, удовольствиями, - были выявлены значимые различия между респондентами МТ и ФТ, а также ФТ и АТ. Респонденты ФТ чаще говорят о желании отдохнуть, съездить на море, чем респонденты МТ и АТ.

Категория P - обладание, приобретение, владение собственностью - чаще представлена у респондентов МТ, значимые различия были выявлены у респондентов МТ - ФТ и у респондентов МТ - АТ.

Категория Cint, e связана с желанием жениться, создать семью, найти любимого человека, интимными контактами, чаще представлена у респондентов АТ, значимые различия были выявлены у респондентов АТ - МТ и у респондентов ФТ - АТ.

Категория C2, C2 (ap) связана с желанием контакта с другими людьми, признания, уважения, чаще представлена у респондентов ФТ, значимые различия были выявлены у респондентов ФТ - МТ и у респондентов МТ - АТ: «я буду рад, если меня будут понимать», «я пытаюсь найти контакт с коллегами», «мне очень понравилось бы новое знакомство».

Значимые различия мы установили в ответах категории C3, C3 (f), C3 (gr), C3 Spre (ph), где субъект выражает свои желания, надежды и опасения, касающиеся других людей. Чаще данная категория представлена у респондентов ФТ, значимые различия были выявлены у респондентов ФТ - МТ и у респондентов ФТ - АТ: «чтобы моя семья была счастлива», «мои родные будут здоровы», «я буду очень рад успеху моего сына/дочери».

Мы также установили значимые различия в ответах категории Calt, f Calt, a/R (d) - альтруистический контакт, т.е. контакт, осуществляемый в интересах других людей. Респонденты ФТ и АТ чаще, чем респонденты МТ, говорят о желании «помочь родным во всем», «помочь близким», значимые различия были выявлены у респондентов ФТ - МТ и АТ - МТ.

Подводя итог вышесказанному, мы можем сказать, что респонденты МТ чаще других называют мотивационные объекты, связанные с характеристиками целостной личности, говорят о желании личностного саморазвития и развития в профессии, а также желании учиться. Они больше хотят быть экономически и финансово независимыми и самостоятельными, соответственно обладать материальными ценностями. Респонденты ФТ чаще называют объекты, связанные с нежеланием что-либо делать, отдыхать, но, в то же время, говорят о стремлении к совершенству в профессиональной сфере, желании работать. Больше думают они и о контактах с другими людьми, необходимости признания, уважения со стороны других людей. Они очень озабочены проблемами близких, выражают свои желания и опасения относительно других людей, также часто желают помочь окружающим. Респонденты АТ, в свою очередь, упоминают о характеристиках и чертах, не относящихся к способностям и умениям, формулируют высказывания, связанные со стремлением к экономической стабильности, физическому и психологическому самосохранению. Стараются избегать критики со стороны других людей, боятся, что их планы не сбудутся, говорят о страхе перед смертью, бессмысленности жизни, бессмертия. Они чаще других говорят о желании завести семью, найти любимого(ую), помочь близким и друзьям.

В целом, можно сказать, что почти все представленные мотивационные объекты встречаются у всех трех групп испытуемых. Это может свидетельствовать о том, что все люди имеют схожие потребности, цели и желания, которые должны быть удовлетворены. Единственное, что желания и планы людей АТ более четко сформулированы, они знают, чего хотят. В то время как у остальных групп - у людей ФТ, МТ - мотивационные объекты размыты, обобщены («хочу счастья», «хочу добиться цели», «работаю над собой»). Все это может говорить о сужении репертуара мотивационных объектов, в которые включены не только желания, но и ожидания, планы человека, его опасения и страхи. Люди АТ имеют больше уверенности и вероятности того, что их планы и мечты осуществляются. Уточнив и представив свою потребность в достижении чего-либо более детально, они, тем самым, уже совершают первые шаги к ее реализации и мотивируют свое внешнее поведение. Если же мотивационные объекты не представляют собой какую-то конкретную цель или план, то такие потребности могут остаться неудовлетворенными. Очень важно иметь четкие и конкретные цели и мотивационные объекты, которые гарантируют большую вероятность их воплощения.

#### *Список литературы*

1. Маслоу А. Г. Мотивация и личность. СПб.: Евразия, 1999. 478 с.
2. Нюттен Ж. Мотивация, действие и перспектива будущего / под ред. Д. А. Леонтьева. М.: Смысл, 2004.
3. Пайнс Э., Маслач К. Практикум по социальной психологии. СПб.: Питер, 2000.