

По уровню выраженности личностной и ситуативной тревожности выборки значимо не отличаются друг от друга. Уровень личностной и ситуативной тревожности также выше у студентов первого курса.

Анализ показал наличие сильной корреляционной связи между самооценкой и тревожностью.

Результаты данной работы позволят в дальнейшем более углубленно изучать взаимосвязь самооценки и тревожности, а также выявить связи самооценки с такими феноменами как самоопределение личности, саморегуляция личности и т.д., а также роль тревожности в формировании этих феноменов.

В дальнейшем предполагается провести исследования саморегуляции, самоопределения во взаимосвязи с тревожностью.

Ю.В. Тесля, Ю.В. Черепанова, Е.В. Дьяченко

Влияние установки на оценку вкусовых характеристик продукта студентами

В современной психологии нет, пожалуй, другого понятия, вокруг которого развернулось бы столько споров, сколько их возникло вокруг понятия «установка», и нет другого психологического феномена, за которым стояла бы подобная множественность терминов, научных подходов, различно трактуемых и увиденных экспериментальных фактов, как это случилось с установкой, которая вот уже более семидесяти лет находится на острие едва ли не большинства теоретических дискуссий, посвященных фундаментальным общепсихологическим проблемам.

Первая система взглядов на психологию установки была разработана Н. Ланге в 1888 году в контексте теории волевого внимания. В дальнейшем исследования установки были продолжены в Вюрцбургской школе психологии в Германии в начале XX века. В соответствующих исследованиях явление установки выступило под названием «детерминирующая тенденция». Термин «установка сознания» был введен представителем этой школы К. Марбе.

Далее явление установки было подробно исследовано Д.Н. Узнадзе, который стремился рассматривать психологию в целом под углом зрения установок. Установка, по мнению автора, – это такое отношение потребности к ситуации, которое определяет функциональный статус личности в данный момент. Также Д.Н. Узнадзе определяет установку как внутреннее состояние, связывающее внешние, физические воздействия и реакции человека на эти воздействия. Установка – это, кроме того, звено, находящееся между различными психологическими явлениями, которое определяет взаимодействие этих явлений между собой. Наконец, установка – это фактор, определяющий влияние психических явлений на поведение человека.

Установка процессуальна и носит, как показывают исследования Д.Н. Узнадзе и его сотрудников, фазовый характер. Установка при этом трактуется как известная общая диспозиция личности, определяющая реальную позицию в конкретном действии. Также установка рассматривалась в трудах С.Л. Рубинштейна, А.Н. Леонтьева, А.В. Петровского. Д. Майерс приводит несколько условий, которые необходимо выполнить, чтобы установки предопределяли поступки:

- сведение «других влияний» до минимума;
- соответствие установки действию (или предсказанному поведению);

- высокая сила установки (что-то вызывает у человека воспоминания о ней; ситуация незаметно активизирует ее, или же человек поступает так, что установка становится сильной).

Изменение установки обычно имеет цель добавить знания, изменить отношение, показать последствия изменения взглядов, мнений и т.п. Установки более успешно меняются через изменение отношения, что достигается, например, внушением.

Цель проведенного эмпирического исследования состояла в том, чтобы проверить теоретическое предположение о том, что наличие установки на высокое качество шоколада и его популярность среди потребителей, в отличие от ее отсутствия, повлияет на субъективную оценку его вкусовых характеристик.

Участниками исследования стали девушки-студентки третьего курса очной формы обучения группы ПС-306 института психологии Российского государственного профессионально-педагогического университета в возрасте 18 – 20 лет. При помощи метода рандомизации для участия в эксперименте было отобрано 16 человек, при этом 8 из них попали в экспериментальную группу и 8 – в контрольную.

Независимой переменной явилась психологическая установка. Для проверки выдвинутой гипотезы мы манипулировали двумя ее уровнями: наличие установки (в экспериментальной группе) и ее отсутствие (в контрольной группе).

В качестве зависимой переменной в данном эксперименте выступила оценка вкусовых характеристик шоколада двух видов, которые были уравнены по следующим параметрам: состав, цена, отсутствие маркировки на дольках, один регион изготовления.

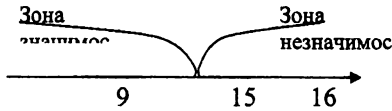
В ходе эксперимента всем участникам было предложено попробовать каждый из видов шоколада и оценить его по десятибалльной шкале. При этом им предлагалась следующая инструкция. В экспериментальной

группе: «Уважаемые студенты, предлагаем вам попробовать два вида шоколада. Каждому из вас необходимо будет попробовать по одной дольке шоколада с каждого блюда, при этом на блюде с пометкой «1» представлен шоколад известной марки высокого качества, признанный потребителями во всем мире самым лучшим и получившим награду в номинации «народный выбор» на фестивале в Швейцарии. На блюде с пометкой «2» представлен шоколад рядовой фирмы (т.е. не пользующиеся особой популярностью, не выделяющийся из ряда себе подобных марок и т.п.). Просим оценить вкусовые характеристики каждого из предложенных видов шоколада по десятибалльной шкале. Для этого на предложенных бланках ответов отметьте в каждой из строк количество баллов присужденных вами каждому из сортов шоколада, при этом, чем вкуснее шоколад, тем больше баллов он получает. Так как нам важно мнение каждого из вас просим соблюдать тишину и не разговаривать. Для того, чтобы вкус одного шоколада не перебивал вкус другого, рекомендуем вам воспользоваться стоящей перед вами водой». В контрольной группе: «Уважаемые студенты предлагаем вам попробовать 2 вида шоколада и оценить каждый из них по десятибалльной шкале для этого на предложенных бланках ответов отметьте в каждой из строк количество баллов присужденных вами каждому из сортов шоколада, при этом, чем вкуснее шоколад, тем больше баллов он получает. Так как нам важно мнение каждого из вас просим соблюдать тишину и не разговаривать. Для того, чтобы вкус одного шоколада не перебивал вкус другого, рекомендуем вам воспользоваться стоящей перед вами водой».

Процедура эксперимента выглядела следующим образом: разделив участников эксперимента на подгруппы, мы предъявили сначала первый уровень независимой переменной (наличие установки) экспериментальной группе, а затем второй уровень (отсутствие установки) – контрольной группе. При этом группы были изолированы друг от друга, а участники

каждой из них не имели возможности общения во время проведения эксперимента.

Проверка гипотезы осуществлялась с помощью U-критерия Манна-Уитни в программе SPSS. Результаты: $U_{эмп} = 16$, $U_{кр} = 15$, при $p \leq 0,05$; $U_{кр} = 9$, при $p \leq 0,01$.



Можно сделать вывод о том, что различия в оценке вкусовых характеристик продукта в зависимости от наличия или отсутствия установки на их высокое качество, популярность среди потребителей незначимы. Тем не менее, исходя из уровня вероятности ошибки ($p=0,1005$), можно говорить о наличии тенденции к обнаружению достоверных различий в оценке шоколада между подгруппами.

Таким образом, для девушек-студенток третьего курса очной формы обучения института психологии Российского государственного профессионально-педагогического университета в возрасте 18 – 20 лет установка на качество шоколада и его популярность среди потребителей не повлияла на оценку его вкусовых характеристик. Также мы предположили, что на результат эксперимента мог повлиять эффект Хоторна: благодаря психологическому образованию, участники могли догадаться о гипотезе и тем самым исказить результаты.

Несмотря на полученные данные, мы не можем с полной уверенностью говорить об опровержении выдвинутой нами гипотезы, и тем более опровергать теорию установки Д.Н. Узнадзе, поскольку эти результаты мы можем экстраполировать только на группу участников описанного эксперимента.

Литература

1. Ермолаев О.Ю. Математическая статистика для психологов. М: Изд-во МПСИ, 2004. С. 101–110.
2. Майерс Д. Социальная психология. СПб: Питер, 1998. С. 171–179.
3. Узнадзе Д.Н. Теория установки. М: Институт практической психологии, 1997. С. 146–170.
4. Хрестоматия по психологии / Под ред. Петровского А.В. СПб: Питер, 1987. С. 101–108.

Турыгина Я.С., Кружкова О.В.

Возможность проективных методов в изучении социальной действительности

Качественные подходы становятся все более популярными в современной психологии. Эти изменения особенно ощутимы на исследовательском уровне, свидетельством чего является возрастающее число публикаций и проектов, использующих качественные методы исследования.

К таким методам можно отнести и проективные методы. Различные проективные методики широко используются в практике исследования личности во всех областях современной психологии. Продолжительное время эти методы рассматривались как психоаналитически ориентированные, их не считали объективными и обоснованными. Как отмечает Л.Ф.Бурлачук, проективная психология возникла и развивается как своеобразная реакция протеста против бихевиоризма и психометрии, за которыми невозможно было распознать целостную личность.

Термин "проективные" был впервые использован Л.Френком в 1939 г. для объединения уже известных к тому времени, но, казалось бы, таких