

Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт педагогики, психологии и социологии
Кафедра Современных образовательных технологий

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
_____ И.А. Ковалевич
« ____ » _____ 2016г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

080801.65.05 – Прикладная информатика в психологии

СОЗДАНИЕ ВЕБ-САЙТА «МОТИВАЦИЯ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ САМОСОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ СОТРУДНИКОВ ОРГАНИЗАЦИИ»

Научный руководитель _____ старший преподаватель М.М. Манушкина

Выпускник _____ О.А. Райкова

Рецензент _____ директор МБОУ № 82 Г.М. Ахметзянова

Красноярск 2016 г.

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа по теме «Создание Web-сайта «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации»» содержит 74 страницы текстового документа, 3 приложения, 40 использованных источников, 17 рисунков, 2 таблицы.

ЭЛЕМЕНТЫ HTML, WEB-САЙТ, ПРОГРАММИРОВАНИЕ, ДИАГНОСТИЧЕСКИЕ МЕТОДИКИ, МОТИВАЦИЯ, ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ САМОСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ, КОЛЛЕКТИВ, ИССЛЕДОВАНИЕ.

Цель дипломной работы – создать Web-сайт «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации».

Цель исследования – выявление уровня развития мотивации к профессиональному росту сотрудников ООО «МЕТРО Кэш энд Керри».

Объект исследования – мотивация к профессиональному самосовершенствованию.

Предмет исследования – уровень развития мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников ООО «МЕТРО Кэш энд Керри».

В процессе исследования выявлялись: уровень сформированности мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников.

Анализируя результаты диагностики сотрудников организации ООО «МЕТРО Кэш энд Керри», можно сделать вывод о том, что большая часть коллектива имеет высокий и средний уровень мотивации достижения, что благоприятно сказывается на результатах работы. Сотрудникам с низким уровнем мотивации достижения необходимо развивать такие качества как общительность, практичность, уверенность в себе, самооценку, сдержанность, стрессоустойчивость и т.д., например, в рамках тренингов личностного роста, что повысит уровень их профессионального самосовершенствования.

Разработанная структура Web-сайта «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации» включает в себя: теоретический материал по вопросам профессиональной мотивации, методики для исследования данной проблемы, результаты исследования, список рекомендуемой литературы.

Созданный Web-сайт предназначен для администрации предприятия и для всех заинтересованных данной проблемой людей.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	4
1. Теоретический обзор по проблеме создания Web-сайта «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации».....	6
1.1. Теоретическое обоснование проблемы мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации.....	6
1.1.1. Основные подходы отечественных и зарубежных ученых к исследованию трудовой мотивации личности.....	6
1.1.2. Мотивационная сфера. Личностная составляющая мотивационной направленности.....	13
1.1.3. Условия развития мотивации профессионального самосовершенствования.....	18
1.2. Основные подходы проектирования Web-технологий.....	21
1.2.1. Разработка и представление пользовательского интерфейса.....	21
1.2.2. Специфика гипертекстовых документов.....	24
1.2.3. Особенности HTML как основы создания Web-страниц.....	27
1.2.4. Структурная организация Web-страниц.....	29
1.2.5. Глобальная сеть Internet.....	31
2. Описание диагностических методик и разработка Web-сайта.....	34
2.1. Характеристика исследовательских методик.....	34
2.2. Программный пакет для создания Web-сайтов профессиональный редактор Macromedia Dreamweaver.....	44
2.2.1. Достоинства Dreamweaver.....	44
2.2.2. Пользовательский интерфейс программного пакета Dreamweaver.....	46
2.2.3. Основы работы с программным пакетом Dreamweaver.....	52
3. Описание структуры Web-сайта и результаты исследования	56
3.1. Описание структуры Web-сайта.....	56
3.2. Исследование мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации.....	60
Заключение.....	65
Список использованных источников.....	67
Приложение А (обязательное) Тест «Удовлетворенность работой» Р.Кунина.....	70
Приложение Б (обязательное) Методика «Шкала оценки потребности в достижении».....	71
Приложение В (обязательное) Результаты корреляционного анализа.....	73

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время в мире складывается глобальное информационное общество, единство которого обеспечено современными технологиями. Стратегической задачей России на данном историческом этапе является полномасштабное вхождение в это общество в качестве его полноправного участника – при сохранении политической независимости, национальной самобытности и культурных традиций. Именно таким образом можно обеспечить подъем общественного благосостояния, переход экономики с топливно-сырьевой ориентацией к экономике, основанной на знаниях, преодоление экономического и технологического отставания от ведущих мировых держав и существенное сокращение числа угроз национальной безопасности, приобщение граждан России ко всем благам информационного общества.

Появление новых компьютерных технологий и постоянное их усовершенствование дает большие возможности в различных сферах информатизации современного общества. В последние годы одним из распространенных способов донесения информации до широкого круга пользователей являются web-сайты, разработка которых становится все более актуальной задачей как для различных компаний и фирм, так и для образовательных учреждений, поскольку создание сайта направлено на решение многих важных задач [1].

Теоретической основой работы по проблеме мотивации профессионального самосовершенствования личности стали исследования С.Б. Каверина, А.В. Пономаренко, И.Н. Герчиковой, Е.П. Ильина, Р. Кунина, У. Тейлора, В. Оучи, Х. Шольца и других отечественных и зарубежных ученых. В нашей работе мы придерживались теоретических взглядов таких авторов как М.И. Кузнецова, Е.У. Вахромов, В. Верхоглазенко, В.В. Богданов, Э. Мэйо, А. Маслоу и т. д., считавших, что уровень мотивации профессионального самосовершенствования обусловлен личностными особенностями человека [2,3].

С повышением роли человеческого фактора появились новые психологические способы мотивации, в основе которых лежит утверждение, что основным модифицирующим фактором являются не только материальные стимулы, но и нематериальные мотивы, такие, как самоуважение, признание со стороны окружающих членов коллектива, моральное удовлетворение работой и гордость своей фирмой. Такие способы мотивации базируются на изучении потребностей человека, т.е. осознание ощущения недостатка в чем-либо, которое и служит средством удовлетворения потребностей [3].

Таким образом, для эффективной деятельности учреждений требуются ответственные и инициативные сотрудники, высокоорганизованные и стремящиеся к трудовой самореализации. Обеспечить эти качества невозможно с помощью традиционных форм материального стимулирования и строгого внешнего контроля, зарплаты и наказаний. Только те люди, которые осознают

смысл своей деятельности, и стремятся к достижению целей коллектива, могут рассчитывать на получение высоких результатов.

Все вышесказанное обуславливает актуальность проблемы исследования и выбор темы «Создание web-сайта «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации»».

Цель дипломной работы – создать Web-сайт «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации».

Данная цель реализуется при помощи следующих **задач**:

1. Обзор теоретических источников по проблеме мотивации к профессиональному самосовершенствованию.
2. Обзор программных средств для создания Web-сайтов.
3. Подбор пакета методик для диагностики мотивации к профессиональному самосовершенствованию коллектива.
4. Диагностика мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации ООО «МЕТРО Кэш энд Керри».
5. Анализ полученных результатов исследования.
6. Создание Web-сайта «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации».

Цель исследования – выявление уровня развития мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников ООО «МЕТРО Кэш энд Керри».

Объект исследования – мотивация к профессиональному самосовершенствованию.

Предмет исследования – уровень развития мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников ООО «МЕТРО Кэш энд Керри».

Гипотеза – уровень мотивированности к профессиональному самосовершенствованию сотрудников обусловлен их личностными особенностями.

Для проведения исследования личностных особенностей и уровня мотивации использованы следующие **методики** [4].

1. Тест «Удовлетворенность работой» Р. Кунина. Данный тест исследует факторы, влияющие на мотивацию.
2. Методика многофакторного исследования личности Р.Б. Кэттелла. Многофакторный опросник личности опубликован в 1949 г. дает многогранную информацию об индивидуальных чертах личности, которые называют конституциональными чертами.
3. Методика «Шкалы оценки потребности в достижении» позволяет оценить стремление к улучшению результатов, неудовлетворенность достигнутым, настойчивость в достижении своих целей и т.д.

Исследование было проведено среди сотрудников ООО «МЕТРО Кэш энд Керри», в котором приняли участие 30 человек.

1 Теоретический обзор по проблеме создания Web-сайта «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации»

1.1 Теоретическое обоснование проблемы мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации

1.1.1 Основные подходы отечественных и зарубежных ученых к исследованию трудовой мотивации личности

Мотивация – очень сложный и многоаспектный аспект. Не смотря на актуальность обозначенной проблемы в психологической литературе нет единого взгляда на то, как формируется мотивационная сфера личности, и какие факторы влияют на этот процесс [5,6,7].

Существует много теорий мотивации. С точки зрения классификации Х. Шольца, представляется целесообразным их деление – в зависимости от предмета анализа – на три главных направления:

- теории, в основе которых лежит специфическая картина работника – человека;
- внутриличностные теории;
- процессуальные теории.

Теории первого направления исходят из определенного образа работника, его потребностей и мотивов; второго – анализируют структуру потребностей и мотивов личности и их проявление; третьего – выходят за рамки отдельного индивида и изучают влияние на мотивацию различных факторов среды.

К числу наиболее простых и широко распространенных (классических) теорий мотивации труда, в основе которых лежит специфическая картина человека, принадлежит концепция профессора Мичиганского университета Д. Макгрегора, называемая «ХУ-теорией». Эта концепция включает две противоположные теории: теорию «Х» и теорию «У».

Теория «Х», во многом отражая основные воззрения У. Тейлора на работника, исходит из того, что:

- средний человек ленив, и стремится избегать работы;
- работники не очень честолюбивы, боятся ответственности, и хотят, чтобы ими руководили;
- для достижения целей предприятия надо принуждать работников трудиться под угрозой санкций, не забывая при этом о вознаграждении;
- строгое руководство и контроль являются главными методами управления;
- в поведении работников доминирует стремление к безопасности.

На этих постулатах о человеке как плохом, недобросовестном и безынициативном работнике следует, согласно данной теории, строить

управление организации. В деятельности руководителя должна преобладать негативная мотивация подчиненных, основанная на страхе наказания [3,5].

Теория «Y», являющаяся дополнением теории «X», в том виде, в котором она существует сейчас, сложилась в 60-х годах, хотя ее идеи развиваются с 30-х годов. Данная теория строится на противоположных теории «X» принципах и включает следующие постулаты:

- нежелание работать – это не врожденное качество работника, а следствие плохих условий труда, которые подавляют природную любовь к труду;
- при благоприятном, успешном прошлом опыте работники стремятся брать на себя ответственность;
- лучшие средства осуществления целей организации – вознаграждение и личностное развитие;
- при наличии соответствующих условий сотрудники усваивают цели организации, формируют в себе такие качества, как самодисциплина и самоконтроль;
- трудовой потенциал работников выше, чем принято считать. В современном производстве их созидательные возможности используются лишь частично.

Главный практический вывод теории «Y» таков: необходимо предоставлять работникам больше свободы для проявления самостоятельности, инициативы, творчества и создавать для этого благоприятные условия.

Согласно рекомендации Макгрегора, «XY – теорию» необходимо использовать, учитывая конкретное состояние уровня сознания и мотивации работников. Менеджеры должны стремиться развивать группу, если она недостаточно мотивирована, от состояния «X» к состоянию «Y», или от состояния «экономического человека» к «человеку социальному». В целом, во взглядах современных специалистов и менеджеров на работника преобладают установки теории «Y».

К теории «Y» достаточно близка по своей направленности теория человеческих отношений, которую разработали Э. Мэйо, Ротлизбергер и др. Эта теория возникла в 30-40-х годах в США, а в 60-х годах получила широкое распространение не только в Америке, но и в Европе. Она дала действенные импульсы для дальнейшего развития различных теорий гуманизации труда.

Теория человеческих отношений базируются на следующих основополагающих идеях:

- трудовая мотивация определяется в первую очередь существующими в организации социальными нормами, а не физиологическими потребностями и материальными стимулами;
- важнейший мотив высокой эффективности деятельности – удовлетворенность трудом, которая предполагает хорошую оплату, возможность служебного роста (карьеры), ориентацию руководителей на сотрудников, интересное содержание и перемену труда, прогрессивные методы организации труда;

– большое значение для мотивации производительного труда имеют социальное обеспечение и забота о каждом человеке, информирование работников о жизни организации, развитие коммуникации между иерархическими уровнями организации, т.е. руководителями всех уровней и подчиненными.

Теория человеческих отношений получила широкое распространение и практическое использование, однако в настоящее время она подвергается разносторонней критике. Так, например, ее нередко упрекают в том, что она преувеличивает значение удовлетворенности трудом в мотивации работников, уделяет чрезмерно много внимания социальным потребностям, которые не всегда совпадают с целями организации. Кроме того, вопреки одному из главных тезисов теории человеческих отношений, эмпирически доказано, что в определенных условиях повышению производительности может способствовать и неудовлетворенность трудом.

Несмотря на критику, многие идеи теории человеческих отношений широко используются и в наши дни. В частности, эта теория, равно как и ее реальное воплощение в менеджменте, оказала большое влияние на практику коллективной мотивации, получившей распространение в Японии, а также на обобщающую японский опыт использования личного потенциала теорию «Z», разработанную профессором Калифорнийского университета В. Оучи [4,5].

Главная отличительная черта теории «Z» - обоснование коллективистских принципов мотивации. Согласно этой теории, мотивация работников должна исходить из ценностей «производственного клана», т.е. предприятия как одной большой семьи, одного рода. Эти ценности требуют развития у сотрудников – с помощью соответствующей организации и стимулирования – отношений доверия, солидарности, преданности коллективу и общим целям, удовлетворенности трудом и пребыванием на предприятии (в корпорации), производительности труда.

Главным мотиватором поведения работников выступает построенная по клановому принципу корпорация. Признаками такого рода корпорации являются: пожизненный наем, создающий твердые гарантии занятости и сопричастности к общей судьбе организации; медленное продвижение по службе; универсальный характер квалификации, широкие коммуникации; коллективный основывающийся на согласованиях, метод принятия решений и групповая ответственность; широкая свобода действий и нечетко выраженный механизм контроля; постоянная забота о социальных и экономических потребностях работников; регулярное присутствие руководства на производстве; доверительное, товарищеское общение руководителей с подчиненными; гласность; эгалитаризм, сглаженность ранговых различий; систематическое культивирование здоровой социальной обстановки, корпоративных ценностей и преданности организации [8,9].

Таким образом, теория «Z» уделяет главное внимание коллективной мотивации и раскрепощению инициативы работника. Некоторые авторы утверждают, что эта теория заимствует опыт мотивации первоначально

американской, а затем транснациональной корпорации «IBM». Однако при всей близости теории «Z» принципом мотивации «IBM» ее отличают: несравненно больший акцент на коллективном побуждении к труду, отказ от принципов индивидуализма, использование патриархальных традиций и ценностей. Относительная самостоятельность и оригинальность теории «Z» никак не отрицает значимости опыта «IBM» для теории и практики мотивации.

В целом же теории мотивации, дающие общую картину человека - работника, при их творческом использовании служат важным ориентиром практической деятельности в области мотивации труда. Более детальные, углубленные гипотезы и выводы о структуре и соотношении индивидуальных мотивов, их зависимости от ситуации содержат внутриличностные и процессуальные теории мотивации.

К числу основополагающих, классических внутриличностных теорий мотивации принадлежит теория иерархии потребностей, разработанная А. Маслоу. Автор теории исходит из того, что все люди постоянно ощущают какие либо потребности, которые и побуждают их к действию. На человека влияет целый комплекс ярко выраженных потребностей, которые можно объединить в несколько групп, расположив их по принципу иерархии. Обычно человек испытывает одновременно несколько взаимодействующих потребностей, сильнейшее из которых и определяет его поведение. Руководитель, хорошо знающий уровень потребностей своего подчиненного, может предвидеть, какой тип потребностей будет доминировать у него в обозримом будущем, и использовать соответствующий мотиватор для повышения эффективности его деятельности.

А. Маслоу выделяет пять основных групп потребностей человека [10,11]:

Физиологические потребности. К ним относятся потребности в пище, одежде, жилье, сне, отдыхе и т.п. Их удовлетворение необходимо для поддержания жизни, выживания, поэтому их нередко называют биологическими потребностями. Применительно к производству они проявляются как потребности в заработной плате, отпуске, пенсионном обеспечении, перерывах в работе, благоприятных рабочих условиях, освещении, отоплении, вентиляции и т.п. Работники, поведение которых детерминируется этими потребностями, мало интересуются смыслом и содержанием труда, их заботит главным образом его оплата и условия.

Потребности в безопасности. Под ними имеются и физическая (охрана здоровья, безопасность на рабочем месте), и экономическая безопасность (денежный доход, гарантированность рабочего места, социальное страхование по старости и на случай болезни). Эти потребности актуализируются и выходят на первый план, как только удовлетворяются физиологические потребности человека. Удовлетворение потребностей в безопасности обеспечивает уверенность в завтрашнем дне. Они отражают желание сохранить уже достигнутое положение, в том числе уровень зарплаты и различные льготы, защитить себя от опасности, травм, потерь или лишений. В организациях эти потребности выражаются в форме борьбы трудящихся за стабильную

занятость, безопасность работы, создание и (или) сохранение профсоюзов, социальное страхование по старости и на случай утраты трудоспособности, выходное пособие т.п.

Социальные потребности. Они ориентируются на общение и эмоциональные связи с другими: дружбу, любовь, принадлежность к группе и принятие ею. Они актуализируются и приобретают ведущую поведенческую значимость после того, как удовлетворяются физиологические потребности и потребности в безопасности. Будучи существами социальными, коллективными, люди испытывают желание нравиться другим и общаться с ними. В организации это проявляется в том, что они входят в формальные и неформальные группы, так или иначе, сотрудничают с товарищами по работе. Мотивированный социальными потребностями человек рассматривает свой труд как частичку деятельности всего коллектива. Руководство такими людьми должно иметь характер дружеского партнерства.

Потребности в уважении (личностные потребности). К ним относятся потребности, как в самоуважении, так и в уважении со стороны других, в том числе потребности в престиже, авторитете, власти, служебном продвижении. Самоуважение обычно формируется при достижении цели, кроме того, оно связано с наличием самостоятельности и независимости. Потребность в уважении со стороны других людей ориентирует человека на завоевание и получение общественного признания, репутации, статуса внутри группы, внешними проявлениями которых могут выступать выражения признания, похвала, почетные звания, продвижение по службе и т.д.

Потребности в самореализации (самовыражении). Они включают в себя потребности в творчестве, в осуществлении собственных замыслов, реализации индивидуальных способностей, развитии личности, в том числе познавательные, эстетические и т.п. потребности. По своему характеру потребности в самореализации более индивидуальны, чем другие. Они характеризуют наиболее высокий уровень проявления человеческой активности [10].

Первые четыре уровня потребностей обычно называют потребностями дефицита, поскольку степень их удовлетворения имеет предел. Пятый вид потребностей составляют потребности самореализации – это потребности роста, который может быть безграничным.

Согласно модели А. Маслоу, между всеми группами потребностей существует иерархия, определенное соотношение, которое можно изобразить в виде пирамиды.

Важную практическую значимость имеют выводы А. Маслоу о динамике потребностей, о способе актуализации потребностей, согласно которому, по мере удовлетворения более низких потребностей, происходит актуализация все более высоких устремлений. На практике это означает, что если сотрудник в настоящее время больше всего озабочен, например, проблемами сохранения работы, то после обретения уверенности в стабильности рабочего места можно

рассчитывать на актуализацию у него социальных, а затем и других, более высоких потребностей [11].

В руководстве персоналом важно также учитывать достаточность удовлетворения потребностей. Человек редко испытывает чувства полного удовлетворения своих потребностей. Например, едва ли мы найдем среди работающих такого, который считает, что ему больше не нужны деньги, безопасность, друзья и т.п. Однако при восприятии этих ценностей как достаточно удовлетворяющих работника у него актуализируются более высокие потребности.

Теория иерархии потребностей А. Маслоу сегодня используется на многих предприятиях. Она указывает отправные пункты для практических действий по организации и стимулированию работников в соответствии с доминирующим уровнем их потребностей. Конечно, эта теория, как и любая другая теоретическая модель, не лишена недостатков. Далеко не у всех людей существует предложенная А. Маслоу иерархия потребностей. Соотношение потребностей зависит от структуры личности, особенностей ее воспитания и многих других факторов. Существует, например, немало людей (бедные художники, актеры и т.п.), у которых потребность в самореализации доминирует, несмотря на слабую удовлетворенность физиологических потребностей и потребности в безопасности. Кроме того, у большинства людей в той или иной степени могут быть одновременно выражены несколько групп потребностей, определить же ведущую из них достаточно сложно.

Заметный вклад в разработку проблемы мотивации поведения вносит теория мотивационных потребностей Д. МакКлелланда. Не отрицая значимость предыдущих теорий и их выводов о важности биологических и других «базисных» потребностей в мотивации поведения работников, Д. МакКлелланд попытался выявить наиболее важные среди «вторичных потребностей», которые актуализируются при условии достаточной материальной обеспеченности. Он утверждает, что любая организация предоставляет работнику возможности реализовать три потребности высшего уровня: во власти, успехи и принадлежности. На их основе возникает и четвертая потребность, а именно потребность в том, чтобы избежать неприятностей, т.е. препятствий или противодействий в реализации трех названных потребностей, например, ситуаций, не позволяющих добиться успеха, способных лишить человека власти или группового признания. Все сотрудники в какой-то мере испытывают потребности в успехе, власти и принадлежности. Однако у разных людей эти потребности выражены по-разному или существуют в определенных комбинациях. То, как они сочетаются, зависит, помимо врожденных качеств, от личного опыта, ситуации и культуры человека [8,12].

Потребности во власти, успехе и принадлежности проявляются в соответствующих мотивах. Основные мотивы устойчивы, и изменяются лишь в течение длительного промежутка времени. Вместе с тем они подвержены

краткосрочным колебаниям. Например, установлено, что стремление к власти растет с повышением степени алкоголизации сотрудников.

Потребность в успехе (по классификации А. Маслоу, она находится между потребностями в уважении и самореализации) не в равной степени выражена у разных работников. Человек, ориентированный на достижение успеха, обычно желает автономии и готов нести ответственность за результаты своей работы. Он стремится регулярно получать информацию о «взятых им рубежах», хочет знать о конкретных результатах своей работы, отличается большей организованностью, способностью предвидеть и планировать свои действия. Такие люди стремятся ставить реально достижимые цели, избегать необоснованного риска. Они получают удовлетворение не столько от награды за проделанный труд, сколько от самого процесса работы, особенно от ее успешного завершения [7].

Большое влияние на поведение людей в организации оказывает потребность в принадлежности. Она проявляется в желании общаться, и иметь дружеские отношения с другими людьми. Сотрудники с острой потребностью в принадлежности достигают высоких результатов в первую очередь при выполнении заданий, требующих высокого уровня социального взаимодействия и хороших межличностных отношений [5,6].

На основе этих исследований Д. МакКлелланд выделил три типа менеджеров: институциональные менеджеры, обладающие высоким уровнем самоконтроля. Для них характерна большая потребность во власти, чем в групповой принадлежности. Менеджеры, у которых потребность во власти преобладает над потребностью в принадлежности, но в целом люди этого типа более открыты, и социально активны, чем институциональные менеджеры. Менеджеры, у которых потребность в принадлежности преобладает над потребностью во власти; они тоже открыты, и социально активны.

Согласно выводам Д. МакКлелланда, менеджеры первых двух типов более эффективно управляют своими подразделениями, главным образом, благодаря своей потребности во власти. Однако для организации может быть полезно сочетание всех трех типов менеджеров.

Для улучшения мотивации менеджеров целесообразно широко использовать конкурентные методы достижения целей и отмечать людей, которые добиваются наивысшей эффективности в работе. Руководителям следует также ставить перед собой и подчиненными напряженные, но реальные задачи.

Д. МакКлелланд пытался доказать ценность своей теории эмпирически, и, прежде всего, используя специально разработанные для этого тесты. Однако полного эмпирического подтверждения его теории не получила.

Широкий резонанс среди ученых и менеджеров вызвала теория двух факторов Ф. Херцберга. Он исследовал двести инженеров и бухгалтеров с целью выявления мотивационных факторов и их силы. Служащим задавались два вопроса: «Можете ли Вы детально описать, когда Вы чувствуете себя на

работе исключительно хорошо?» и «Можете ли Вы детально описать, когда Вы чувствуете себя на работе исключительно плохо?».

В результате исследования отчетливо выявилось две группы факторов, явно не одинаково влияющие на мотивацию труда. Первую группу факторов Ф. Херцберг назвал факторами гигиены (гигиеническими факторами), вторую – мотиваторами. Термин «гигиена» здесь употребляется в его медицинском значении – гигиена как предупреждение, предотвращение болезни, а не как лечение ее. Сами по себе гигиенические факторы не вызывают удовлетворенности, но их ухудшении порождает неудовлетворенность трудом.

При улучшении гигиенических факторов неудовлетворенность не ощущается, но когда такое улучшение воспринимается сотрудниками как естественное, само собой разумеющееся, то нет и удовлетворенности. К гигиеническим факторам относятся: отношения с коллегами, начальством и подчиненными; нравственный климат в организации; вознаграждение (в случае фиксированной зарплаты); способности руководителя; физические условия труда; стабильность рабочего места.

Вторую группу факторов составляют мотиваторы, которые непосредственно вызывают удовлетворенность трудом, высокий уровень мотивации и трудовых достижений. Они выступают стимуляторами эффективного труда. К ним относятся: достижение целей, признание, интересное содержание труда, самостоятельность и ответственность, профессионально-должностной рост, возможности личностной самореализации. Конечно, грани между отдельными гигиеническими факторами и мотиваторами относительно, подвижны. Так, деньги в форме фиксированной зарплаты относятся к факторам гигиены, в то же время такой мотиватор, как должностной рост, также подразумевает повышение зарплаты. Для того чтобы не появилась неудовлетворенность трудом, достаточно наличия гигиенических факторов в обычном объеме, повышение же производительности труда достигается с помощью мотиваторов [9,13].

1.1.2 Мотивационная сфера. Личностная составляющая мотивационной направленности

Мотивационная сфера личности – это совокупность стойких мотивов, имеющих определенную иерархию и выраженную направленность личности.

Прежде чем перейти к обсуждению конкретных фактов и закономерностей, необходимо дать определение понятию мотивации. Различные школы современной психологии пока еще не пришли к единой точке зрения к определению понятия «мотив» – они расходятся в понимании некоторых деталей. Да и само определение «мотива» представляет собой отдельную научную проблему [14].

Часть исследователей понимают под мотивом психическое явление, становящееся побуждением к действию. Другие считают, что мотив – это осознаваемая причина, лежащая в основе выбора действий и поступков

личности. Есть и еще один вариант: мотив – это то, что, отражаясь в сознании человека, служит побуждением к деятельности и направляет ее на удовлетворение определенной потребности (при этом в качестве мотива выступает не сама потребность, а предмет потребности).

Мы в своей работе будем использовать определение мотива А. Маслоу: «Мотив – это внутреннее побуждение личности к тому или иному виду активности (деятельность, общение, поведение), связанное с удовлетворением определенной потребности».

В качестве мотивов могут выступать идеалы, интересы, убеждения, социальные установки, ценности. Однако при этом за всеми перечисленными причинами все равно стоят потребности личности во всем их многообразии (от базовых, жизненных, биологических до высших социальных).

Исходя из современных психологических представлений о мотивации, мотивационной сферой личности называют совокупность стойких мотивов, имеющих определенную иерархию и выраженную направленность личности [9,15,16].

В поведении человека есть две функциональные взаимосвязанные стороны: побудительная и регуляционная. Побуждение обеспечивает активизацию и направленность поведения, а регуляция отвечает за то, как складывается от начала до конца в конкретной ситуации. Психологические процессы, явления и состояния: ощущения, восприятие, память, воображение, внимание, мышление, способности, темперамент, характер, эмоции – все это обеспечивает в основном регуляцию поведения. Что же касается его стимуляции, или, побуждения, то оно связано с понятиями мотива и мотивации.

Термин «мотивация» представляет более широкое понятие, чем термин «мотив». Слово «мотивация» используется в современной психологии в двояком смысле: как обозначающее систему факторов, детерминирующих поведение (сюда входят, в частности, потребности, мотивы, цели, намерения, стремления и многое другое), и как характеристика процесса, который стимулирует и поддерживает поведенческую активность на определенном уровне. Мы будем использовать понятие «мотивация» преимущественно в первом значении, хотя в некоторых случаях, когда это необходимо (и оговорено), будем обращаться и ко второму его значению. Мотивацию, таким образом, можно определить как совокупность причин психологического характера, объясняющих поведение человека, его начало, направленность и активность [17].

Любая форма поведения может быть объяснена как внутренними, так и внешними причинами. В первом случае в качестве исходного и конечного пунктов объяснения выступают психологические свойства субъекта поведения, а во втором – внешние условия и обстоятельства его деятельности. В первом случае говорят о мотивах, потребностях, целях, намерениях, желаниях, интересах и т.п., а во втором – о стимулах, исходящих из сложившейся ситуации. Иногда все психологические факторы, которые как бы изнутри, от

человека определяют его поведение, называют личностными диспозициями. Тогда, соответственно, говорят о диспозиционной и ситуационной мотивациях как аналогах внутренней и внешней детерминации поведения.

Диспозиционная и ситуационная мотивации не являются независимыми. Диспозиции могут актуализироваться под влиянием определенной ситуации, и, напротив, активизация определенных диспозиций (мотивов, потребностей) приводит к изменению ситуации, точнее, ее восприятия субъектом. Его внимание в таком случае становится избирательным, а сам субъект предвзято воспринимает и оценивает ситуацию, исходя из актуальных интересов и потребностей. Практически любое действие человека следует, поэтому рассматривать как двойко детерминированное: диспозиционно и ситуационно [9].

Поведение личности в ситуациях, которые кажутся одинаковыми, представляется довольно разнообразным, и это разнообразие трудно объяснить, апеллируя только к ситуации. Установлено, например, что даже на одни и те же вопросы человек отвечает по-разному в зависимости от того, где и как эти вопросы ему задаются. В этой связи есть смысл определить ситуацию не физически, а психологически, так, как она представляется субъекту в его восприятии и переживаниях, т.е. так, как человек понимает и оценивает ее.

Известный немецкий психолог К. Левин показал, что каждый человек характерным для него образом воспринимает и оценивает одну и ту же ситуацию и у разных людей эти оценки не совпадают. Кроме того, один и тот же человек в зависимости от того, в каком состоянии он находится, ту же самую ситуацию может воспринимать по-разному. Это особенно характерно для интеллектуально развитых людей, имеющих большой жизненный опыт и способных к любой ситуации извлечь для себя много полезного, видеть ее под разными углами зрения и действовать в ней различными способами.

Сиюминутное, актуальное поведение человека следует рассматривать не как реакцию на определенные внутренние или внешние стимулы, а как результат непрерывного взаимодействия его диспозиций с ситуацией. Это предполагает рассмотрение мотивации как циклического процесса непрерывного взаимодействия и преобразования, в котором субъект действия и ситуация взаимно влияют друг на друга, и результатом этого является реально наблюдаемое поведение. Мотивация в данном случае мыслится как процесс непрерывного выбора и принятия решения на основе взвешивания поведенческих альтернатив [7].

Мотивация объясняет целенаправленность действия, организованность и устойчивость целостной деятельности, направленной на достижение определенной цели.

Мотив в отличие от мотивации – это то, что принадлежит самому субъекту поведения, является его устойчивым личностным свойством, изнутри побуждающим к совершению определенных действий. Мотив также можно определить как понятие, которое в обобщенном виде представляет множество диспозиций.

Из всех возможных диспозиций наиболее важной является понятие потребности. Ею называют состояние нужды человека или животного в определенных условиях, которых им не недостает для нормального существования и развития. Потребность как состояние личности всегда связана с наличием у человека чувства неудовлетворенности, связанного с дефицитом того, что требуется (отсюда название «потребность») организму (личности).

Количество и качество потребностей, которые имеют живые существа, зависит от уровня их организации, от образа и условий жизни, от места, занимаемого соответствующим организмом на эволюционной лестнице. Меньше всего потребностей у растений, которые имеют нужду в основном только в определенных биохимических и физических условиях существования. Больше всего разнообразных потребностей у человека, у которого, кроме физических и органических потребностей, есть еще материальные, духовные, социальные (последние представляют собой специфические потребности, связанные с общением и взаимодействием людей друг с другом). Как личности люди отличаются друг от друга разнообразием имеющихся у них потребностей и особым сочетанием этих потребностей.

Основные характеристики человеческих потребностей – сила периодичности возникновения и способ удовлетворения. Дополнительной, но весьма существенной характеристикой, особенно когда речь идет о личности, является предметное содержание потребности, т.е. совокупность тех объектов материальной и духовной культуры, с помощью которых данная потребность может быть удовлетворена [18].

Второе после потребности по своему мотивационному значению понятие – цель. Целью называют тот непосредственно осознаваемый результат, на который в данный момент направлено действие, связанное с деятельностью, удовлетворяющей актуализированную потребность. Если всю сферу осознаваемого человеком в сложной мотивационной динамике его поведения представить в виде своеобразной арены, на которой разворачивается красочный и многогранный спектакль его жизни, и допустить, что наиболее ярко в данный момент на ней освещено то место, которое должно приковывать к себе наибольшее внимание зрителя (самого субъекта), то это и будет цель. Психологически цель есть то мотивационно-побудительное содержание сознания, которое воспринимается человеком как непосредственный и ближайший ожидаемый результат его деятельности.

Цель является основным объектом внимания, занимает объем кратковременной и оперативной памяти; с ней связаны разворачивающийся в данный момент времени мыслительный процесс и большая часть возможных эмоциональных переживаний. В отличие от цели, связанной с кратковременной памятью, потребности, вероятно, хранятся в долговременной памяти.

Рассмотренные мотивационные образования: диспозиции (мотивы), потребности и цели – являются основными составляющими мотивационной сферы человека.

Каждая из диспозиций может быть реализована во многих потребностях. В свою очередь поведение, направленное на удовлетворение потребности, разделяется на виды деятельности (общения), соответствующие частным целям.

Мотивационную сферу человека с точки зрения ее развития можно оценивать по следующим параметрам: широта, гибкость и иерархизированность. Под широтой мотивационной сферы понимается качественное разнообразие мотивационных факторов – диспозиций (мотивов), потребностей и целей, представленных на каждом из уровней. Чем больше у человека разнообразных мотивов, потребностей и целей, тем более развитой является его мотивационная сфера [10,11,19].

Гибкость мотивационной сферы характеризует процесс мотивации следующим образом. Более гибкой считается такая мотивационная сфера, в которой для удовлетворения мотивационного побуждения более общего характера (более высокого уровня), может быть использовано больше разнообразных мотивационных побудителей более низкого уровня. Например, более гибкой является мотивационная сфера человека, который в зависимости от обстоятельств удовлетворения одного и того же мотива может использовать более разнообразные средства, чем другой человек. Скажем, для одного индивида потребность в знаниях может быть удовлетворена только телевидением, радио, кино, а для другого человека средством ее удовлетворения также являются разнообразные книги, периодическая печать, общение с людьми. У последнего мотивационная сфера по определению будет более гибкой.

Наконец, иерархизированность – это характеристика строения каждого из уровней организации мотивационной сферы, взятого в отдельности. Потребности, мотивы и цели не существуют как рядоположенные наборы мотивационных диспозиций. Одни диспозиции (мотивы, цели) сильнее других и возникают чаще, другие слабее и актуализируются реже. Чем больше различий в силе и частоте актуализации мотивационных образований определенного уровня, тем выше иерархизированность мотивационной сферы [10].

Кроме мотивов, потребностей и целей в качестве побудителей человеческого поведения рассматриваются также интересы, задачи, желания и намерения. Интересом называют особое мотивационное состояние познавательного характера, которое, как правило, напрямую не связано с какой-либо одной, актуальной в данный момент времени потребностью. Интерес к себе может вызвать любое неожиданное событие, произвольно привлекающее к себе внимание, любой новый появившийся в поле зрения предмет, любой частный, случайно возникший слуховой или иной раздражитель.

Задача, как частный ситуационно-мотивационный фактор, возникает тогда, когда в ходе выполнения действия, направленного на достижение определенной цели, организм наталкивается на препятствие, которое

необходимо преодолеть, чтобы двигаться дальше. Одна и та же задача может возникать в процессе выполнения самых различных действий, и поэтому так же неспецифична для потребностей, как и интерес.

Желания и намерения – это сиюминутно возникающие и довольно часто сменяющие друг друга мотивационные субъективные состояния, отвечающие изменяющимся условиям выполнения действия.

Интересы, задачи, желания и намерения хотя и входят в систему мотивационных факторов, участвуют в мотивации поведения, однако выполняют в ней не столько побудительную, сколько инструментальную роль. Они больше ответственны за стиль, а не за направленность поведения.

1.1.3. Условия развития мотивации профессионального самосовершенствования

Мотивацию профессионального роста детерминируют следующие факторы:

- физиологические особенности личности – особенности нервной системы, строение тела и т.д.
- психологические характеристики – акцентуации характера, направленность, стремления и т.д.
- социальные детерминанты – факторы микро- и макросреды.

Вышеперечисленные детерминанты в большей или меньшей степени влияют на способность и склонность личности к развитию и самоактуализации. В связи с данным положением, отечественные и зарубежные ученые предлагают систему факторов, определяющих чувства удовлетворенности работой, которое в структуре детерминант имеет одно из важных позиций:

1. Рабочая среда. Нет никаких сомнений, что обстановка, в которой выполняется работа, может существенно влиять на отношение и энергию работников. Это значит. Что организации стоит вкладывать время, ресурсы и заинтересованность в создание такой обстановки, которая содействовала бы достижению ее задач и отвечала бы потребностям занятых.

2. Вознаграждение. Оно включает в себя зарплату, прочие выплаты, выходные дни и дополнительные льготы. Дополнительные льготы получили в последние годы широкое распространение. Мы видим, как компании предлагают многие из следующих выгод, обычно имеющих для служащих большие ценности, чем эквивалентный объем заработка: жилье, личное медицинское страхование и от несчастных случаев, оплаченное питание, возможности для развлечения, бесплатные товары, предоставление одежды, проведение диспансеризации и лечения, программа участия в прибыли, низкопроцентные кредиты, возмещение затрат на образование, загородные выезды для служащих и их семей, социальные функции.

3. Безопасность. Люди редко дают максимум возможного в атмосфере отсутствия безопасности. Трудно ждать продуктивной работы от сотрудников бюджетной организации, финансирование которой постепенно сокращается и в

любой момент может совсем прекратиться. Люди так же боятся утратить свое положение или потерять уважение, которое испытывают к ним другие.

4. Личное развитие и профессиональный рост. Один из наиболее эффективных способов увеличить вклад людей в работу организации заключается в оказании помощи их личному развитию. Развитие и опыт не делимы, и, хотя тренировка и обучение могут оказаться полезными, невозможно найти замену возрастающей ответственности и новому опыту. Обратная связь с работой неотделима от развития людей, и она может быть сильнейшим мотивом для еще больших достижений.

5. Чувство причастности. Большинству людей нравится ощущение полезности их работы, и они хотят чувствовать себя частью организации, которая их нанимает. В некоторых организациях довольно открыто доводят до служащих информацию, что помогает им понимать происходящее. Однако в других, кажется, делают все, чтобы как можно дольше держать своих служащих в неведении, поскольку чувство причастности – это двухсторонний процесс, необходимо интересоваться мнениями, суждениями и взглядами работников. Подчиненные считают, что рядом с ними должны находиться компетентные руководители и хорошие коллеги, они хотят быть информированы, и ясно представить себе поставленные перед ними задачи. Руководитель должен выработать цели и задачи вместе с сотрудниками и анализировать зоны ответственности каждого за их выполнение. Чем больше сотрудник имеет возможность участвовать в выборе и постановке цели, тем меньше требуется усилий для их убеждения в дальнейшем.

6. Интерес и вызов. Стремление добиться значительных результатов широко распространено во многих организациях. Большинство людей ищут такую работу, в которой содержался бы «вызов», которая требовала бы мастерства и не была бы слишком простой. Само содержание работы может взбодрить работников. К несчастью, очень многие виды работ скучны и не предъявляют особых требований. Даже явно исполнительские виды деятельности могут быть перестроены так, чтобы они приносили больше удовлетворения. Если сложившаяся на работе ситуация удовлетворяет потребности работника, открывает перед ним возможности самореализации, для него характерна удовлетворенность своей работой, которая в значительной степени определяет эффективное трудовое поведение [20,21,22,23].

Мотивация сотрудников занимает одно из центральных мест в управлении персоналом, поскольку она выступает непосредственной причиной их поведения. Ориентация работников на достижение целей организации по существу является главной задачей руководства персоналом. Вследствие изменения содержания труда в условиях научно-технического прогресса, широкой автоматизации и информатизации производства, в результате повышения уровня образования и социальных ожиданий сотрудников значение мотивации в управлении персоналом еще более возросло, усложнилось содержание этого рода управленческой деятельности. Сегодня, для эффективной деятельности организации требуются ответственные и

инициативные работники, высокоорганизованные и стремящиеся к трудовой самореализации личности. Обеспечить эти качества работника невозможно с помощью традиционных форм материального стимулирования и строгого внешнего контроля, зарплаты и наказаний. Только те люди, которые осознают смысл своей деятельности, и стремятся к достижению целей организации, могут рассчитывать на получение высоких результатов. Формирование таких работников – задача мотивационного менеджмента [24,25].

Как нами было уже отмечено ранее, в своей работе под понятием мотива (основного, центрального понятия нашего исследования) мы будем понимать внутренне побуждение личности к тому или иному виду активности (деятельность, обобщение, поведение), связанное с удовлетворением определенной потребности (А. Маслоу). Исходя из современных психологических представлений о мотивации, под понятием мотивационная сфера личности мы понимаем совокупность стойких мотивов, имеющих определенную иерархию и выражающих направленность личности [10.11,26].

Мотивирование – это процесс воздействия на человека для побуждения его к конкретным, акциям посредством пробуждения в нем определенных мотивов. Мотивирование – сердцевина управления человеком. Эффективность управления во многом обуславливается тем, насколько успешно осуществляется само мотивирование.

Существуют различные способы мотивирования сотрудников:

Нормальная мотивация – побуждение человека к определенному поведению посредством идейно-психологического воздействия: убеждения, внушения, информирования, психологического заражения и т.п.

Побудительная мотивация, основывающаяся на использовании власти и угрозе ухудшения удовлетворения потребностей работника в случае невыполнения им соответствующих требований.

Стимулирование – воздействие не непосредственно на личность, а на внешние обстоятельства с помощью благ – стимулов, побуждающих работника к определенному поведению.

Первые два способа мотивации являются прямыми, ибо предполагают непосредственное воздействие на человека, третий способ – стимулирование – косвенный, поскольку в его основе лежит воздействие внешних факторов – стимулов.

В зависимости от того, какие при этом преследуются цели, какие задачи решает мотивирование, выделяют основные его типы. Так, посредством внешних воздействий на человека приводятся в действие конкретные мотивы, побуждающие человека к определенным действиям, приводящим к необходимому результату. При этом важно точно знать то, какие мотивы способны побуждать человека к желательным действиям, а также каким образом вызывать эти мотивы.

Иной тип мотивирования ориентируется на формирование конкретной мотивационной структуры человека. Здесь основное внимание обращается на развитие и усиление необходимых мотивов действий человека, или ограничить

действия мотивов, которые мешают эффективному управлению человеком. Данный тип мотивирования имеет характер воспитательного и образовательного и может быть не связан с конкретными действиями, которые предполагается получить от человека как итог его деятельности. Подобное мотивирование связано с большими усилиями, требуют многих знаний и способностей для его реализации. Его результаты, как правило, намного выше результатов первого типа мотивирования. Предприятия, использующие его в своей практике, намного успешнее управляют своими сотрудниками [27,28,29].

Использование многообразных стимулов для мотивирования людей и представляет процесс стимулирования, который имеет самые различные формы. Одной из самых распространенных является материальное стимулирование. Роль последнего рынка особенно значительна. Здесь важно правильно оценивать ситуацию, в рамках которой материальное стимулирование реализуется, стараться не преувеличивать его возможности, учитывая, что человек характерен очень сложной системой потребностей, интересов, приоритетов и целей.

1.2 Основные подходы проектирования Web-технологий

1.2.1 Разработка и представление пользовательского интерфейса

Две важные особенности электронной формы, а именно – возможность представления динамических изображений и возможность организации прямого диалога с пользователем, заставляют обратить особое внимание на одного из собеседников – на компьютер, который общается с человеком, выдавая на экран различные сообщения.

При выборе варианта размещения данных на экране человек должен:

- решить, какая информация должна появляться на экране;
- определить основной формат этой информации;
- решить, где она должна появляться на экране;
- решить, какие требуются средства для выделения полей;
- разработать проект размещения данных на экране;
- оценить эффективность этого размещения.

Все эти проблемы уже решены в диалоговых средствах операционной системы, текстового редактора и средствах разметки гипертекста. Все другие элементы диалога находятся в руках автора и именно ему, а не техническому редактору или художнику, выбирать их состав и реализацию. Ниже приводятся основные рекомендации на этот счет.

Рекомендации по предоставлению информации.

Информация на экране представляется в виде текста и графического материала (рисунков, графиков, схем, фотографий, карт и т.п.). Что касается текста, то здесь все более или менее ясно; на этот счет существуют определенные рекомендации:

– в верхней части экрана располагаются подсказки, определяющие способ работы с информацией, выведенной на экран, и справочные сообщения. В нижней части – выводятся сообщения, поясняющие, что делать дальше, требующие подтверждения, и сообщения о назначении функциональных клавиш.

– для выделения элементов или фрагментов текста можно применять шрифт, цвет и яркость.

Представление графического материала вызывает гораздо больше вопросов. Проще всего вопрос о наиболее целесообразных методах представления графической информации решается там, где достаточно использовать традиционные виды изображения: статические (неподвижные) рисунки и фотографии, чертежи, схемы, карты. В таких случаях важно правильно выбрать масштаб изображения и удачно использовать цветовую палитру [30].

При выборе масштаба изображения нужно принимать во внимание два фактора:

– если графическое изображение предоставляется на экране вместе с текстом, то рекомендуется оставлять пустым 1/2 экрана;

– размер деталей должен соответствовать разрешающей способности экрана и остроте человеческого зрения.

Заметим, что электронная форма хранения и отображения информации позволяет легко изменять масштаб изображения, что обеспечивает возможность последовательного представления его фрагментов во все более и более крупном масштабе, это реализуется в ходе диалога с компьютером.

При выборе цвета для отображения рекомендуется руководствоваться следующими принципами:

– больше всего привлекают внимание красный и синий цвета, затем – желтый, зеленый и белый. Однако синий цвет малопригоден для окраски мелких графических элементов, требующих максимальной четкости изображения. Для этих целей применяют желто-зеленые, желтые и оранжевые цвета, а синий цвет чаще используют в качестве акцентирующей подсветки под выделяемые графические элементы;

– следует, по возможности, отказываться от светового (яркостного) контраста, заменяя его контрастами цветов;

– с точки зрения эмоциональной привлекательности не следует использовать темно-фиолетовый, темно-зеленый, лимонно-желтый, желто-зеленый, бледно-розовый и некоторые другие оттенки и сочетания, вызывающие негативные реакции.

Полезно иметь в виду, что электронная иллюстрация может выступать в роли не только пассивного, но и активного элемента электронного издания.

Стратегия разработки интерфейса. Поскольку некоторые требования к интерфейсу определяются его функциональным назначением, важно определить его на стадии создания сценария работы Web-страницы. Можно

выделить, по крайней мере, три вида диалогового взаимодействия пользователя.

Во-первых, пользователь должен инициировать начало работы системы и взаимодействовать с ней, обеспечив ее нормальное функционирование. С формальной точки зрения есть совокупность базы данных, программного обеспечения и технических средств, и этот комплекс должен работать верно, и извещать пользователя о его ошибках. Такой тип диалога должен быть в значительной степени ориентирован на администратора системы; пользователю-следователю целесообразно давать основные технические рекомендации в форме печатных материалов.

Во-вторых, пользователь взаимодействует в режиме навигации. Он должен определить свой статус по отношению к ней, сообщить о своих намерениях и в ходе работы использовать аппарат учебника. Система должна оценивать уровень усвоения материала (руководствуясь заложенным автором правилами), представлять пользователю информацию о рекомендуемых маршрутах и обеспечивать ему возможность пользования аппаратом.

В-третьих, система должна воспроизводить на экране текстовый и графический материал – произведение автора – и реализовывать заложенный в нее автором дидактический аппарат. В этом режиме функции Web-страницы не сводятся только к выдаче информации: как указывалось выше, интересующийся данной темой пользователь может активно работать с изображением на экране [30,31].

При проектировании интерфейса возникают некоторые трудности. Web-страницы никогда не проектируются в расчете на одного человека. Естественно, что у разных людей разные физические данные, возможности и психологические запросы. Начинающему пользователю незнакомому с системой или редко на ней работающему, потребуется более подробные сообщения системы по сравнению с опытным пользователем, работающим регулярно. Раздражает необходимость каждый раз читать подробные объяснения того, как войти в систему, если это делается часто, и точно так же раздражает отсутствие всяких пояснений при первом сеансе работы.

Общие принципы проектирования диалога информационно-справочной системы можно сформулировать следующим образом:

- интерфейс следует проектировать отдельно как особый компонент системы;
- необходимо учитывать существующие рекомендации по организации диалога и применять их селективно, учитывая особенности жанра ИСС и ее дидактический аппарат;
- прежде чем разрабатывать интерфейс, нужно изучить особенности пользователей системы и представить себе последовательность их действий при работе с системой;
- интерфейс должен быть настраиваемым на потребности разных пользователей, а также на одного пользователя в разные периоды его работы;

– следует примерно оценивать время, необходимое пользователю для работы с отдельными фрагментами текста.

1.2.2 Специфика гипертекстовых документов

Наиболее удачным определением гипертекста является определение, данное М.М. Субботиным: «Гипертекст – это форма организации тестового материала, при которой его единицы представлены не в линейной последовательности, а как система явно указанных возможных переходов, связей между ними. Следуя этим связям, можно читать материал в любом порядке, образуя разные линейные тексты».

Основные элементы, рассматриваемые в качестве гипертекстовой базы данных, – это узлы (фрагменты текста, таблицы, рисунки) и связи между ними, причем эти связи известны пользователю и он может выбирать и устанавливать их по своему усмотрению.

В списочной структуре данных для каждого элемента списка должен быть указан адрес следующего элемента, а еще лучше – и адрес предыдущего. Из этого следует, что внутренняя структура базы данных уже организована по принципу гипертекста. Правда, она скрыта от пользователя и на уровне отдельных слов, и текст такой базы может не иметь взаимных ссылок между фрагментами, т.е. эта внешняя структура базы (видимая для пользователя) может и не быть гипертекстовой [32].

Поскольку интерес представляет именно внешняя гипертекстовая структура, рассмотрим этот вариант построения.

Очевидно, что наиболее полная система связей – это система, где каждый фрагмент текста связан со всеми другими фрагментами, хотя на практике такая система, возможно, никогда не используется. Однако в принципе такая система позволяет «настроить» текст на конкретного пользователя. Элементы «навигации» в море фрагментов встречаются и в печатных учебных изданиях: для этих целей служит предисловие. Соответствующие рекомендации обычно формулируются так «Читатель, знакомый с ..., может пропустить разделы...» или «Порядок чтения разделов... не имеет значения» и т.п.

Наличие мощного ссылочного механизма порождает проблему его эффективного использования и организации взаимодействия с пользователем. Эти ссылки не могут быть формальными адресами фрагментов. Так, если бы мы просто перенумеровали отдельные абзацы и после каждого дали перечень номеров абзацев, к которым, по нашему мнению, следовало бы переходить, читателю пришлось бы листать книгу, чтобы понять содержание фрагмента, к которому мы его отсылаем. Указатели должны быть аннотированными и удобными для пользователя. Эти возможности в печатном варианте ограничены, в электронном они используются гораздо шире.

Допустим, что в конце каждого фрагмента электронного текста указаны адреса всех других фрагментов. Это означает, что после чтения данного фрагмента можно перейти к чтению любого другого. «Плавание» в море

фрагментов не управляется, нет «лоцмана», «навигатора» в этом море. Появление навигатора изменяет ситуацию: он задает курс. Сделать это просто: достаточно стереть или каким-либо другим способом исключить ненужные адреса, и курс станет более определенным. Ненужный с точки зрения навигатора текст будет автоматически скрыт от пользователя. Отсюда рукой подать до «личного» Web-сайта для каждого студента.

Еще одна особенность заключается в том, что любое изменение содержания, представленного в форме печатного текста (дополнение, исключение фрагментов, изменение рисунков, таблиц и т.п.), требует переиздания книги. В электронном издании эта работа может быть сделана безболезненно: достаточно добавить новый фрагмент и изменить систему ссылок.

В электронном тексте проще устанавливаются связи между внутри текстовыми выделениями и соответствующим справочным или другим текстом; ведь в ЭВМ любая информация – и слово текста, и адрес слова в памяти – представлена в форме двоичных кодов. Нет серьезных технических проблем и в формировании контекстных справок по запросу пользователя электронного текста.

Как ни парадоксально это звучит, но все перечисленные особенности есть просто следствие того, что компьютер может очень быстро складывать единицы и нули, очень много их запоминать и очень быстро находить по запросу.

Эти способности компьютера не могли не привести к такому расширению образовательных и дидактических возможностей странички, что он превратился в обучающую и информационную систему.

Преимущества создания Web-страниц:

- ссылки имеют двунаправленный характер; компьютерная поддержка ссылочного аппарата обеспечивает легкий и быстрый переход, как к объекту ссылки, так и к ее источнику;
- комментарии к тексту могут быть сделаны в самом тексте, не нарушая в то же время его целостность;
- новые ссылки вводятся, без каких бы то ни было проблем;
- фрагменты текста могут быть организованы в любую структуры в любую структуру; на одном и том же множестве фрагментов можно сформировать несколько различных иерархических структур;
- однажды пройденный маршрут легко запоминается и может быть автоматически пройден многократно; это равносильно тому, что читатель формирует свой личный текст;
- настройка «навигатора» может выполняться не только читателем, но и учителем и автоматической системой контроля знаний;
- внешние ссылки могут быть даны на аудио- и видеофрагменты, а также на все виды электронных учебных изданий из их репертуара (методические указания, лабораторный практикум, тренажер и т.д.), что

превращает Web-страницу в электронную автоматизированную обучающую систему (АОС);

- электронная форма представления текста позволяет автоматизировать процесс формирования массива ключевых слов путем автоматического компьютерного анализа текста;

- возможность запоминания пройденных маршрутов позволяет создать регистрирующую систему, действующую в качестве обратной связи. Каждое обращение к учебнику и путь, по которому идет учебник, может фиксироваться такой системой; статистическая обработка этой информации может использоваться для анализа и совершенствования качества АОС.

Однако, не смотря на все вышесказанное, нельзя не учитывать следующие нюансы:

- у пользователя теряется ощущение собственного положения и движения в многомерном документе и появляется дополнительная умственная нагрузка для выбора оптимального пути изучения материала;

- чтобы страница была эффективной для пользователя, электронное информационное пространство должно быть достаточно обширным, а применение технических средств – достаточно мощным;

- создание страницы требует новых подходов к проблеме защиты авторского права: во-первых, это совместный труд большого числа специалистов (в том числе программистов); во-вторых, развитый аппарат обеспечивает возможность непосредственного включения в данную систему текстов других авторов.

Из этого анализа следует, по крайней мере, три вывода:

- существуют условия, при которых применение Web-страниц нецелесообразно;

- для обеспечения «психологического комфорта» пользователя при работе с Web-сайтами в ее разработке должны участвовать специалисты по эргономике и по инженерной психологии;

- создание невозможно без участия системных программистов, а ее эксплуатация – без специально организованной службы сопровождения и администрирования.

Особенности и достоинства электронных гипертекстов должны учитываться при проектировании структуры ИСС. Одним из вариантов построения Web-страниц для обеспечения учебного процесса, удовлетворяющим перечисленным требованиям, может быть следующим:

Основу системы составляет совокупность информационных массивов, каждый из которых является отдельным функционально законченным фрагментом информационного обеспечения (разделом учебника, задачей, описанием лабораторной работы или его разделом и т.д. – в соответствии с традиционной классификацией). Каждый такой фрагмент должен быть организован таким образом, допускать управляемое логическое и техническое (программное) соединение с некоторой совокупностью других фрагментов [30,32].

1.2.3 Особенности HTML как основы создания Web-страниц

Hyper Text Markup Language (язык разметки гипертекста) давно перестал быть просто языком программирования. Понятие HTML включает в себя различные способы оформления гипертекстовых документов, дизайн, гипертекстовые редакторы, браузеры и многое другое. Человек, изучивший этот язык, обретает возможность делать сложные вещи простыми способами и, главное, быстро, что в компьютерном мире значит не так уж и мало [33,34].

Гипертекст как нельзя лучше подходит для включения элементов мультимедиа в традиционные документы. Практически, именно благодаря развитию гипертекста, большинство пользователей получило возможность создавать собственные мультимедийные продукты и распространять их на компакт-дисках. Такие информационные системы, выполненные в виде HTML-страниц, не требуют разработки специальных программных средств, так как все необходимые инструменты для работы с данными (Web-браузеры) стали частью стандартного программного обеспечения большинства персональных компьютеров. При таком подходе от пользователя требуется выполнить только ту работу, которая непосредственно относится к тематике разрабатываемого продукта: подготовить тексты, нарисовать рисунки, создать HTML-страницы и продумать связи между ними. Неохваченными остались только технические проблемы, такие, как полученное видео, изображений, качественного звука, тиражирование дисков и т.д.

HTML, как основа создания Web-страниц, имеет прямое отношение и к новому направлению изобразительного искусства Web-дизайну. Художнику в Интернете не достаточно просто нарисовать красивые картинки, оригинальный логотип, создать новый фирменный стиль. Он должен еще разместить все это в Сети, продумать связи между Web-страницами, чтобы все двигалось, откликалось на действия пользователя, поражало воображение неискушенных клиентов, а у приверженцев Сети вызвало желание создать что-нибудь свое, оригинальное в этой области [35].

Гипертекст породил много специальных терминов такие как:

- Элемент (element) – конструкция HTML. Это контейнер, содержащий данные и позволяющий отформатировать их определенным образом. Любая Web-страница представляет собой набор элементов. Одна из основных идей гипертекста – возможность вложения элементов.

- Тег (tag) – начальный или конечный маркеры элемента. Теги определяют границы действия элементов и отделяют элементы друг от друга. В тексте Web-страницы теги заключаются в угловые скобки, а конечный тег всегда снабжается косой чертой.

- Атрибут (attribute) – параметр или свойство элемента. Это, по сути, переменная, которая имеет стандартное имя и которой может присваиваться определенный набор значений: стандартных или произвольных. Атрибуты располагаются внутри начального тега и отделяются друг от друга пробелами.

– Гиперссылка – фрагмент текста, который является указателем на другой файл или объект. Гиперссылки необходимы для того, чтобы обеспечить возможность перехода от одного документа к другому.

– Фрейм (frame) – этот термин имеет два значения. Первое – область документа со своими полосами прокрутки. Второе значение – одиночное изображение в сложном (анимационном) графическом файле (по аналогии с кадром кинофильма).

– HTML-файл, или HTML-страница – документ, созданный в виде гипертекста на основе языка HTML. Такие файлы имеют, как правило, расширения html или htm. В гипертекстовых редакторах или браузерах эти файлы имеют общее название «документ».

– Программный код или просто код – аналог понятия «текст программы».

– Код HTML – гипертекстовый документ в своем первоначальном виде, когда видны все элементы и атрибуты.

– Web-страница – документ (файл), подготовленный в формате гипертекста и размещенный в World Wide Web.

– Сайт (site) – набор web-страниц, принадлежащих одному владельцу.

– Браузер (browser) – программа для просмотра Web-страниц [36].

Понятие о гипертексте.

Гипертекст (hypertext) – это особый текст, в котором есть ссылка на другую Web-страницу или документ. В данном случае приставка гипер- (hyper) означает более чем или сверх, так как вы видите перед собой нечто большее, чем просто текст. В большинстве браузеров гипертекст (или просто гиперссылка) обычно подчеркивается и выделяется другим цветом, в отличие от остального текста. Если щелкнуть на гипертекст, то его цвет изменится. Щелчок на гиперссылке приводит к тому, что Web-браузер запрашивает документ, на который указывает ссылка, а затем загружает его в окно браузера.

Благодаря гипертексту Web-страница приобретает свойство интерактивности. Именно гипертекст лежит в основе структуры web и, в некотором смысле, информация в Web организована по тому же принципу, что и в человеческом мозге.

У гипертекста нет ни начала, ни конца. Большинство печатных изданий предназначено для прочтения от первой до последней страницы. В этом смысле они обладают линейной структурой. А гипертекст больше напоминает паутину с неопределенным центром. В этой децентрализации одновременно заключено и очарование, и разочарование Web. Гипертекст можно использовать для поиска именно того, что нужно, или для безумной скачки от одной ссылки к другой. Искусство создания хороших web-страниц заключается, прежде всего, в разумной организации информации. Пользователь должен иметь перед глазами структуру страницы или ее краткое содержание, чтобы выбрать то, что его интересует [37].

Прежде чем начинать создание собственных HTML-документов, полезно познакомиться с программами, необходимыми для просмотра таких

документов – браузерами. Последние используются не только как средство просмотра, но и как почтовые программы, а также как средство загрузки файлов посредством FTP. Необходимо изучить две основные функции браузеров: просмотр Web-страниц и редактирование их содержимого (элементов HTML).

Несмотря на то, что в мире создано немало программ для просмотра HTML-документов и даже специализированных редакторов, выбор пользователя всегда ограничен. Это объясняется, прежде всего, тем, что в гипертекстовую технологию постоянно вносятся дополнения, и программы перестают удовлетворять последним требованиям.

В настоящее время пользователи выбирают продукцию одной из двух фирм: Microsoft и Netscape, они позволяют корректно просматривать гипертекст. Именно им удалось найти решение, завоевавшее всеобщее признание. А тот факт, что обе фирмы постоянно изыскивают возможности реализовывать в своих программах поддержку нововведений конкурента, является причиной быстрого развития гипертекста. Пользователи в этой ситуации только выигрывают, получая в свое распоряжение все новые и новые, самые современные программные продукты.

1.2.4 Структурная организация Web-страниц

Чтобы понять структуру Web-страницы, необходимо рассмотреть все элементы, входящие в приведенный ниже пример [37].

HTML-документ – это просто текстовый файл с расширением *.html (Unix-системы могут содержать файлы с расширением *.html). Вот самый простой HTML-документ:

```
<html>
<head>
<title>Пример 1</title>
</head>
<body>
<H1>Привет!</H1>
<P>Это простейший пример HTML –документа.</P>
<P>Здесь должен располагаться оригинальный текст Web-страницы</P>
</body>
</html>
```

Как видно из примера, вся информация о формировании документа сосредоточена в его фрагментах, заключенных между знаками «<» и ">». Такой фрагмент (например, <html>)называется меткой (по-английски – tag, читается «тэг»).

Большинство HTML-меток – парные, то есть на каждую открывающую метку вида <tag> есть закрывающая метка вида </tag> с тем же именем, но с добавлением "/".

Метки можно вводить как большими, так и маленькими буквами. Например, метки <body>, <BODY> и <Body> будут восприняты браузером одинаково.

Многие метки, помимо имени, могут содержать атрибуты – элементы, дающие дополнительную информацию о том, как браузер должен обработать текущую метку. В нашем простейшем документе, однако, нет ни одного атрибута. Но мы обязательно встретимся с атрибутами уже в следующем разделе.

Обязательные метки <HTML> ... </html> Метка <HTML> должна открывать HTML-документ. Аналогично, метка </html> должна завершать HTML-документ.

<HEAD> ... </head> Эта пара меток указывает на начало и конец заголовка документа. Помимо наименования документа (см. описание метки <title> ниже). Этот элемент может иметь атрибуты lang и dir, должен включать элемент TITLE и допускает вложение элементов BASE, META, LINK, OBJECT, SCRIPT, STYLE.

<TITLE... </title> Все, что находится между метками <TITLE> и </title>, толкуется браузером как название документа.

<BODY> ... </body> Эта пара меток указывает на начало и конец тела HTML-документа, каковое тело, собственно, и определяет содержание документа.

<STYLE> ... </style> Описание стиля некоторых элементов Web-страницы.

<H1> ... </H1> – <H6> ... </H6> Метки вида <Hi> (где i – цифра от 1 до 6) описывают заголовки шести различных уровней. Заголовок первого уровня – самый крупный, шестого уровня, естественно – самый мелкий.

<P> ... </P> Такая пара меток описывает абзац. Все, что заключено между <P> и </P>, воспринимается как один абзац.

Метки <Hi> и <P> могут содержать дополнительный атрибут ALIGN (читается "элайн", от английского "выравнивать"), например:

<H1 ALIGN=CENTER>Выравнивание заголовка по центру </H1> или
<P ALIGN=RIGHT>Образец абзаца с выравниванием по правому краю</P>;

<META> Этот элемент содержит служебную информацию, которая не отражается при просмотре Web-страницы. Внутри него нет текста в обычном понимании, поэтому нет и конечного тега. Каждый элемент META содержит два основных атрибута, первый из которых определяет тип данных, а второй – содержание [35,36,37].

Имя автора Web-страницы:

Name="Author" content="Имя автора";

<HR> - горизонтальная линия, элемент не имеет конечного тега, но допускает ряд атрибутов для выравнивания влево, по центру, вправо, по ширине:

align="left";

```
align="center";  
align="right";  
align="justify".
```

Можно задавать толщину линии: size=толщина в пикселях.

Можно управлять длиной линии: width=длина в пикселях.

Можно выбрать цвет: color= "цвет".

`<A> ... ` HTML-документ может быть очень большим, и в этом случае пользователю должна быть предоставлена возможность быстрого перемещения к нужному разделу документа. Для этого можно использовать механизм гиперссылок. Необходимо в нужных местах текста расставить соответствующие метки.

```
<A name="метка">произвольный текст</a>
```

В этом случае данной строке документа присваивается имя, и, следовательно, в другой части документа или даже на другом документе может быть создана гиперссылка, приводящая в эту точку. Например, для перехода внутри документа можно использовать следующую конструкцию:

```
<P>Переход к<A href="#метка">метке</a></p>
```

При использовании каждого элемента важно знать, какие элементы могут располагаться внутри него, и внутри каких элементов может находиться он сам. Так взаимное расположение элементов HTML, HEAD, TITLE, BODY должно быть стандартным на любой странице, правда, в тех случаях, когда не используются фреймы [38].

Правила синтаксиса распространяются и на использование стартового и конечного тегов, атрибутов и содержимого элемента. Полезная информация одного элемента должна находиться или между начальным и конечными тегами данного элемента, или между начальным тегом данного и начальным тегом следующего элемента [34].

Очень важным правилом, которое не имеет исключений, является размещение атрибутов элемента внутри начального тега.

1.2.5 Глобальная сеть Internet

Интернет – это всемирная сеть, состоящая из правительственных, академических, коммерческих, военных и корпоративных сетей. Сначала Интернет использовался министерством обороны США, затем стал широко применяться в других областях. Пользователи, имеющие доступ в Интернет, могут читать и загружать данные из практически любой точки мира. Можно взаимодействовать через интернет и применяя электронную почту.

В 1969 году в США была создана компьютерная сеть ARPAnet, объединяющая компьютерные центры министерства обороны и ряда академических организаций. Эта сеть была предназначена для узкой цели: главным образом для изучения того, как поддержать связь в случае ядерного нападения и для помощи исследователям в обмене информацией. По мере роста этой сети создавались и развивались многие другие сети. Еще до наступления

эры персональных компьютеров создатели ARPAnet приступили к разработке программы Internet project («проект объединения сетей»). Успех этого проекта привел к следующим результатам. Во-первых, была создана крупнейшая в США сеть internet (со строчной буквы i). Во-вторых, были опробованы различные варианты взаимодействия этой сети с рядом других сетей США. Это создало предпосылки для успешной интеграции многих сетей в единую мировую сеть. Такую «сеть сетей» теперь всюду называют Internet (в отечественных публикациях широко применяется и русскоязычное написание - Интернет). Для координации межсетевых взаимодействий в Интернет была создана специальная организация – Internet Society («общество Интернет») [39].

Интернет – уникальное средство поиска лиц, способных разделить с вами любые интересы и поддержать общение на любую волнующую вас тему.

Интернет обеспечивает оперативный доступ к поистине необозримым кладям информации по любой тематике (на десятках тысяч информационных серверов).

Принято считать, что Интернет большую часть своей истории была некоммерческой сетью. В последние годы, однако, наблюдается бурный рост сетевой коммерческой активности. Группа компьютеров, связанных и взаимодействующих друг с другом, образуют сеть. Internet – это огромная сеть компьютеров, состоящая из тысячи меньших сетей, разбросанных по всему миру. В Интернет обращаются за определенной информацией. Чтобы открыть нужную web-страницу, надо иметь либо ее адрес, либо другую страницу со ссылкой на нее. Если нет ни того, ни другого, обращаются к поисковым системам. Поисковая система представляет собой специализированный web-узел. Пользователь сообщает поисковой системе данные о содержании искомой web-страницы, а поисковая система выдает список гиперссылок на страницы, на которых упоминаются соответствующие сведения. Поисковые системы классифицируют по методам поиска.

Поисковые каталоги предназначены для поиска по темам. Пользователь «погружается» в иерархическую структуру разделов и подразделов, на нижнем уровне которой располагается относительно небольшое число ссылок, заслуживающих внимания. Поисковый каталог обеспечивает высокое качество поиска [39,40].

Многие современные поисковые системы сочетают в себе оба вышеуказанных метода поиска и позволяют использовать наиболее подходящий. Для многих поисковая система превращается в отправную точку для работы в интернете, средство, через которое пользователь получает доступ к нужной ему информации. Это привело к появлению web-порталов, специализированных страниц, обеспечивающих удобный интерфейс доступа к поисковым системам, а также к другим web-узлам, представляющим всеобщий интерес, web-портал можно рассматривать как «окно в World Wide Web».

Тематические порталы могут предлагать возможность поиска с классификацией. Они содержат относительно неизменный тематический список web-страниц в виде гиперссылок и учитывают число пользователей,

которые воспользовались каждой из ссылок. Это число носит характер рейтинга, позволяющего оценить популярность соответствующей страницы.

Программа Internet Explorer имеет специальные средства организации поиска без явного обращения к поисковым системам. Проще всего дать задание на поиск непосредственно с панели Адрес. Для этого надо ввести туда ключевое слово до, find или ключевую фразу или набор ключевых слов. Поиск будет произведен с помощью поисковой системы, заданной по умолчанию. Результаты поиска отображаются в виде списка ссылок.

Другая возможность поиска состоит в обращении к мини-порталу, поддерживаемому компанией Microsoft. Он организует поиск с помощью существующих систем в соответствии с предпочтениями пользователя. Для такого поиска следует открыть в браузере дополнительную панель «Поиск», щелкнув на кнопке «поиск» на панели инструментов «Обычные кнопки». Содержание панели «Поиск» загружается с Web-узла компании Microsoft. Ключевые слова или ключевая фраза вводятся в текстовое поле на этой панели.

Способ поиска определяет, какую именно информацию необходимо найти: web-страницу, адрес определенного человека, начальную страницу web-узла компании или организации, данные, которые уже разыскивались ранее, или географическую карту. Дополнительные возможности включают поиск информации в энциклопедиях, толковых словарях и поиск в архивах телеконференций.

Поиск начинается по щелчку на кнопке на панели «Поиск». Результаты представляются на этой же панели в виде упрощенной страницы результатов, полученных реально использованной поисковой системы. Чтобы с результатами было удобно работать, можно расширить панель «Поиск», перетаскив правую границу, или представить результаты поиска в окне с помощью команды контекстного меню «Открыть» в отдельном окне.

Выбрать используемый способ поиска можно с помощью кнопки «Настроить» на панели «Поиск». В открывшемся диалоговом окне каждая группа элементов управления соответствует определенному типу поиска и позволяет указать, какие поисковые системы должны использоваться [39].

2 Описание диагностических методик и разработка Web-сайта

2.1 Характеристика исследовательских методик

В настоящее время существует множество методик, направленных на изучение особенностей личностного развития человека, его мотивационной сферы. Специалистами были разработаны качественные методики, опубликованные в специальной печати, отвечающие критериями валидности и надежности, которые не обещают дать в результате конкретный совет, но позволяет сузить масштабы поиска и определиться с общим направлением [19].

Для выявления детерминант мотивации профессионального самосовершенствования, возможно применять следующие варианты диагностических методик: методику многофакторного исследования личности Р.Б. Кэттелла; личностный опросник Г. Айзенка; тест Кейрси, построенный на различении 16 психологических типов; характерологический опросник Леонгарда, тест «Удовлетворенность профессией», «Шкала оценки потребности в достижении», методику диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной, анкету «Социально-психологический климат группы» и другие. Далее, предлагается более подробное описание вышеперечисленных методик.

Тест Кэттелла (взрослый вариант). Многофакторный опросник личности опубликован Р.Б. Кэттеллом в 1949 г. и с тех пор широко используется в психологической практике. Этот тест универсален, практичен, дает многогранную информацию об индивидуальности. Вопросы носят прожективный характер, отражают жизненные ситуации. В настоящее время различные формы этого опросника являются наиболее популярным средством экспресс-диагностики личности. Они используются во всех ситуациях, когда необходимо знание индивидуально-психологических особенностей человека, которые Р.Б. Кэттелл называет конституционными факторами. Изучение динамических факторов – мотивов, потребностей, интересов, ценностей – требует применения других методов. Это необходимо учитывать при интерпретации, так как реализация в поведении личностных черт и установок зависит от потребностей и характеристик ситуации.

Мы используем взрослый вариант опросника, который содержит 187 вопросов. Время колеблется от 20 до 50 минут. Ответы испытуемые заносят на специальный опросный лист, а затем обсчитываются с помощью специального «ключа». Совпадение ответов обследуемого с ключом оценивается в 2 балла для ответов «а» и «с», совпадение ответа «в» - в 1 балл. Сумма баллов по каждой выделенной группе вопросов дает в результате значение фактора. Исключением является фактор В – здесь любое совпадение ответа с ключом дает 1 балл.

Анализируется также совокупность факторов в их взаимосвязях в таких, например, блоках:

- интеллектуальные особенности: факторы В, М, С;
- эмоционально-волевые способности: факторы С, G, I, O, Q3, Q4.
- коммуникативные свойства и особенности межличностного взаимодействия: факторы А, Н, F, E, Q2, N, L.

Обработка полученных данных производится с помощью ключа, представленного на рисунках 1 и 2. Совпадение ответов обследуемого с ключом оценивается в 2 балла для ответов «а» и «с», совпадение ответа «в» - в 1 балл. Сумма баллов по каждой выделенной группе вопросов дает в результате значение фактора. Исключением является фактор В – здесь любое совпадение ответа с ключом дает 1 балл.

Пример построения «профиля личности» по результатам диагностики по тесту Р.Б. Кэттелла представлен на рисунке 1.

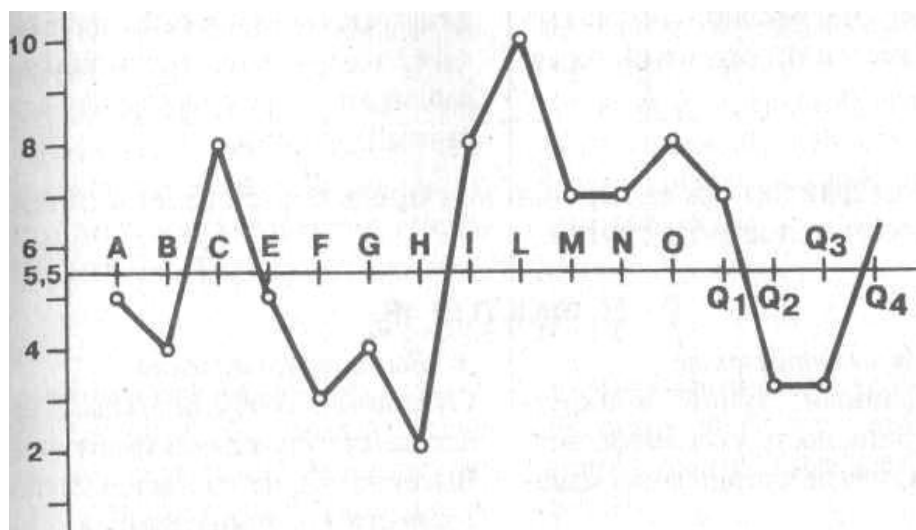


Рисунок 1 – Построение «профиля личности» по тесту Р.Б. Кэттелла

Формулы расчета четырех вторичных факторов:

1. Тревожность (F1):

$$F1 = [(38 + 2\langle L \rangle + 30 + 4\langle Q4 \rangle) - 2(\langle C \rangle + \langle H \rangle + \langle Q3 \rangle)]: 10.$$

2. Интроверсия – экстраверсия (F2):

$$F2 = [(2\langle A \rangle + 3\langle E \rangle + 4\langle F \rangle + 5\langle H \rangle) - (2\langle Q2 \rangle + 11)]: 10.$$

3. Чувствительность (F3):

$$F3 = [(77 + 2\langle C \rangle + 2\langle E \rangle + 2\langle F \rangle + 2\langle N \rangle) - (4\langle A \rangle + 6\langle I \rangle + 2\langle M \rangle)]: 10.$$

4. Конформность (F4):

$$F4 = [(4\langle E \rangle + 3\langle M \rangle + 4\langle Q1 \rangle + 4\langle Q2 \rangle) - (3\langle A \rangle + 2\langle C \rangle)]: 10.$$

Интерпретация факторов:

Первичные факторы

I. ФАКТОР «А»

- «Замкнутость» (шизотимия). Скрытый, обособленный, критичный, непреклонный, отчужденный, необщительный, замкнутый, безучастный. Критичный; отстаивает свои идеи; холодный, отчужденный; точный, объективный; недоверчивый, скептический; непреклонный; холодный (жесткий); сердитый, мрачный.

+ «Общительность» (аффектотимия). Сердечный, добрый, беспечный, открытый, естественный, непринужденный. Добродушный, беспечный; готов к содружеству, предпочитает присоединяться; внимательный к людям; мягкосердечный, небрежный; доверчивый; легко приспосабливается к людям; мягкосердечный, небрежный; доверчивый; легко приспосабливается, идет на поводу; сердечный, веселый.

В целом фактор ориентирован на определение степени общительности человека к группе.

II. ФАКТОР «В»

- «Низкий интеллект». Несобранный; конкретность, ригидность мышления; эмоциональная дезорганизация мышления. Низкие умственные способности; не может решать абстрактных задач.

+ «Высокий интеллект». Собранный, сообразительный; наблюдается абстрактность мышления. Высокие общие умственные способности; пронизательный, быстро схватывающий; интеллектуально приспосабливается; существует некоторая связь с уровнем вербальной культуры и эрудицией.

III. ФАКТОР «С»

- «Эмоциональная нестабильность» (слабость эго). Находится под влиянием чувств; легко расстраивается, переменчив. При расстройствах теряет равновесие духа; переменчив в отношениях и неустойчив в интересах; беспокойный; уклоняется от ответственности, имеет тенденцию уступать, отказываться от работы; не вступает в споры в проблематичных ситуациях; невротические симптомы; ипохондрия, утомляемость.

+ «Эмоциональная стабильность» (сила эго). Выдержанный; спокойный, флегматичный, трезво смотрит на вещи, работоспособный, реалистически настроенный. Эмоционально зрелый; имеет постоянные интересы; реально оценивает обстановку, управляет ситуацией, избегает трудностей. Может иметь место эмоциональная ригидность, нечувствительность.

IV. ФАКТОР «Е»

- «Покорность». Мягкий, кроткий, послушный, услужливый, любезный; застенчивый, уступчивый, зависимый; берет вину на себя, безропотный, пассивный. Подчиняющийся, тактичный, дипломатичный; экспрессивный, легко выводится из равновесия авторитетным руководителем, властями; скромный.

+ «Доминирование». Властный; неуступчивый, самоуверенный, напористый, агрессивный; упрямый, возможно до агрессивности; конфликтный, своенравный. Независимый; грубый. Враждебный; мрачный; непослушный, бунтарь; непреклонный; требует восхищения.

V. ФАКТОР «F»

– «Невозмутимость» (дисургенсия). Озабоченный, спокойный, молчаливый, серьезный, неразговорчивый, благоразумный, рассудительный, сдержанный. Молчаливый, с самоанализом; заботливый, задумчивый; необщительный; медлительный, осторожный; склонен усложнять, пессимистичен в восприятии действительности. Беспокоится о будущем, ожидает неудач, окружающим кажется скучным, вялым, чопорным.

+ «Импульсивность» (сургенсия). Беззаботный, восторженный, невнимательный, небрежный, беспечный. Жизнерадостный, веселый, импульсивный, подвижный, энергичный; разговорчивый, откровенный, экспрессивный, живой, проворный. Отмечается значимость социальных контактов. Искренен в отношениях; эмоционален. Динамичен в общении. Часто становится лидером, энтузиастом; верит в удачу.

VI. ФАКТОР «G»

– «Корыстный» (слабость суперэго). Подверженность чувствам, несогласие с общепринятыми моральными нормами, стандартами. Непостоянный, переменчивый, гибкий, вызывает недоверие; потворствует своим желаниям; небрежный, ленивый; независимый, игнорирует обязанности. Подвержен влиянию случая и обстоятельств. Беспринципность, неорганизованность, безответственность. Возможно антисоциальное поведение.

+ «Совестливый» (сила суперэго). Высокая нормативность, сильный характер; добросовестный; настойчивый, моралист, степенный, уравновешенный, ответственный. Упорный, стойкий, решительный; достойный доверия; эмоционально дисциплинирован, собранный; совестливый, имеет чувство долга; соблюдает моральные стандарты и правила. Настойчивость в достижении цели; точность, деловая направленность.

VII. ФАКТОР «H»

– «Робость» (тректия). Нерешительность, застенчивость, сдержанность, боязливость. Смущается в присутствии других; эмоциональный; сдержанный; озлобленный, раздражительный; ограниченный, строго придерживается правил, быстро реагирует на опасность; отличается повышенной чувствительностью к угрозе; деликатный, внимательный к другим. Не уверен в своих силах; предпочитает находиться в тени; большому обществу предпочитает одного-двух друзей.

+ «Смелость» (пармия). Предприимчивость, социальная смелость, толстокожесть. Авантюристичный, склонный к риску, общительный; активный, явный интерес к другому полу; чувствительный, отзывчивый; добродушный; импульсивный; расторможенный, держится свободно; эмоциональный, артистические интересы; беззаботный, не понимает опасности.

VIII. ФАКТОР «I»

– «Жесткость» (харрия). Низкая чувствительность, толстокожесть, суровость, не верит в иллюзии, рассудочность, реалистичность суждений, практичность. Не сентиментальность, ожидает малого от жизни; мужественный, самоуверенный, берет на себя ответственность; суровый (до

цинизма), черствый в отношениях; незначительные артистические наклонности, без утраты чувства вкуса: не фантазер; действует практично и логично; постоянный; не обращает внимания на физические недомогания.

+ «Мягкосердечность» (премсия). Нежность, чувствительность; зависимость, свехосторожность, стремление к покровительству. Неугомонный, суетливый, беспокойный, ожидает внимания от окружающих; навязчивый, ненадежный; ищет симпатии; способный к эмпатии, сочувствию, сопереживанию, пониманию; добрый, мягкий, терпимый к себе и окружающим; утонченный, жеманный, напыщенный, притворный, артистичный, женственный; фантазирует в беседе и наедине с собой, склонный к романтизму, художественность восприятия мира; действует по интуиции; изменчивый, ветреный; ипохондрик, беспокоится о состоянии своего здоровья.

IX. ФАКТОР «L»

- «Доверчивость» (алаксия). Внутренняя расслабленность; соглашается с условиями, откровенный. Чувство собственной незначимости; жалуется на перемены; неподозрительный, свободный от зависимости; легко забывает трудности; понимает, прощает; терпимый, благожелательный по отношению к другим, уживчивый; небрежно относится к замечаниям; покладистый, легко ладит с людьми, работает в коллективе.

+ «Подозрительность» (протенсия). Ревнивость, защита и внутреннее напряжение. Завистливый; большое самомнение; догматичность, подозрительность; задерживает свое внимание на неудачах; тиран. Требует от окружающих нести ответственность за ошибки; раздражительный. Его интересы обращены на самого себя, осторожен в своих поступках, эгоцентричен.

X. ФАКТОР «M»

- «Практичность» (праксерния). Приземленность стремлений, мало воображения. Быстро решает практические вопросы; занят своими интересами; прозаичен, избегает всего необычного; следует общепринятым нормам; руководствуется объективной реальностью, надежен в практическом суждении; честный, добросовестный, беспокойный, но твердый. Ему свойственна некоторая ограниченность, излишняя внимательность к мелочам.

+ «Мечтательность» (аутия). Идеалистичность, богатое воображение, богемность, рассеянность. Поглощен своими идеями; интересуется искусством, теорией, основными верованиями, увлечен внутренними иллюзиями; высокий творческий потенциал. Капризный, легко отступает от здравого смысла. Легко приводится в восторг, неуравновешенный.

XI. ФАКТОР «N»

- «Наивность». Откровенный, естественный, непосредственный. Прямой, но бестактный в обращении. Имеет неконкретный ум. Общительный, не сдержан эмоционально. Простые вкусы. Отсутствие проницательности. Неопытен в анализе мотивировок. Довольствуется имеющимися. Слепо верит в человеческую сущность.

+ «Проницательность». Опытный, искушенный, расчетливый, разумный. Изысканный, умеет вести себя в обществе. Имеет точный ум. Эмоционально выдержан. Честолюбивый, ненадежен. Осторожен.

ХII. ФАКТОР «О»

- «Спокойствие» (гипертимия). Беспечность, самоуверенность, самонадеянность, безмятежность, благодушие, хладнокровие. Веселый, жизнерадостный. Нераскаивающийся, безмятежный, спокойный. Нечувствителен к одобрению или порицанию окружающих. Энергичен. Небоязливый. Бездумный.

+ «Тревожность» (гипотимия). Чувство вины; полон страха, тревоги, предчувствий; самобичевание, неуверенность в себе, обеспокоенность. Депрессивный, подавлен, легко плачет. Легко раним, находится во власти настроений, впечатлительный. Сильное чувство долга, чувствителен к реакциям окружающих. Скрупулезный, суетливый. Ипохондрик. Симптомы страха. Одинокий, погруженный в мрачные раздумья, ранимый.

ХIII. ФАКТОР «Q1»

- «Консерватизм». Имеет установившиеся взгляды, идеи; терпим к традиционным трудностям; принимает только испытанное временем; подозрительность к новым людям. С сомнением относится к новым идеям, склонен к морализации и нравоучениям.

+ «Радикализм». Экспериментатор, либерал, свободомыслящий, аналитик. Хорошая информированность, терпимость к неудобствам. Критически настроен; характеризуется наличием интеллектуальных интересов, аналитического мышления. Не доверяет авторитетам, на веру ничего не принимает.

ХIV. ФАКТОР «Q2»

- «Зависимость от группы». Социабельность, несамостоятельность; последовательность, нуждается в групповой поддержке, принимает решения вместе с другими; следует за общественным мнением, ориентируется на социальное одобрение, безынициативен.

+ «Самодостаточность». Групповая независимость, самостоятельность, находчивость, самостоятельно принимает решения; может господствовать, не нуждается в поддержке других людей, независим.

ХV. ФАКТОР «Q3»

- «Низкое самомнение». Плохо контролируем; небрежный, неточный, следует своим побуждениям, не считается с общественными правилами, невнимателен и неделикатен, недисциплинирован; внутренняя конфликтность представлений о себе.

+ «Высокое самомнение». Самолюбие, самоконтроль, точный, волевой, может подчинить себе, действует по осознанному плану, эффективный лидер, принимает социальные нормы, контролирует свои эмоции и поведение, доводит дело до конца, целенаправлен.

ХVI. ФАКТОР «Q4»

- «Низкая напряженность». Расслабленный, спокойный, вялый, апатичный, сдержанный, нефрустрированный; низкая мотивация, лень, излишняя удовлетворенность, невозмутимость.

+ «Высокая напряженность». Собранный, энергичный, возбужденный, раздражительный, повышенная мотивация; активен, несмотря на утомляемость, слабое чувство порядка.

Вторичные факторы

I. ФАКТОР «F1»

- «Низкая тревожность». Жизнь в целом удовлетворяет, способен достичь желаемого, но слабая мотивация и отсюда неспособность к достижению трудных целей.

+ «Высокая тревожность». Необязательно невротик, так как тревога может быть ситуационной; возможно, плохая, приспособляемость, неудовлетворенность достигнутым. Очень высокая тревога обычно нарушает деятельность.

II. ФАКТОР «F2»

- «Интроверт». Робость, застенчивость, «достаточно себя», подавляем в межличностных конфликтах. Необязательно застенчивый, может быть сдержанный, скрытный.

+ «Экстраверт» хорошо устанавливает и поддерживает социальные контакты.

III. ФАКТОР «F3»

- «Сензитивность». Хрупкая эмоциональность, чувствительность к тонкостям, может быть, художественная мягкость, спокойствие, вежливость; трудности в принятии решений из-за избытка раздумий.

+ «Реактивная уравновешенность». Стабильность, жизнерадостность, решительность, предприимчивость, склонность не замечать тонкости жизни. Ориентирован на очевидное, явное. Трудности из-за слишком поспешных действий, без достаточного взвешивания.

IV. ФАКТОР «F4»

- «Конформность». Подчинение, зависимость, пассивность, сдержанность. Нуждается в поддержке и ищет ее у людей. Склонность ориентироваться на групповые нормы.

+ «Независимость». Агрессивность, смелость, хваткость, сообразительность, быстрота.

Опросник PEN Г. Айзенка. Наиболее популярен опросник EPI, предложенный автором в 1963 году, добавление к шкалам EPI шкалы психотизма привело к появлению опросника PEN в 1968 году, который содержит 101 вопрос (Приложение А).

Опросник измеряет такие психические свойства, как нейропсихическая лабильность, экстраверсия и психотизм. Вторично можно вывести наличие дальнейших черт личности, таких как эмоционально-волевая стабильность и отнесение темпераментов к классическим типам: холерик, сангвиник, флегматик, меланхолик. Опросник показывает связь между этими четырьмя

типами темпераментов и результатами факторно-аналитического описания личности. Время ответов не ограничивается, хотя не рекомендуется затягивать процедуру обследования. Опрос можно проводить индивидуально, так и в группе.

Тест Кейрси. Методика Д. Кейрси построена на различии шестнадцати психологических типов, определяемых сочетанием четырех факторов:

E (Extraversion) & I (Introversion) – экстраверсия – интроверсия;

S (Sensation) & N (Intuition) – здравомыслие – интуиция;

T (Thinking) & F (Feeling) – логичность –чувствование;

J (Judging) & P (Perceiving) – рассудительность – импульсивность.

Первая группа психологических типов (тип темперамента Дионисий; главная черта – стремление к свободе) определяется сочетанием SP.

Вторая группа психологических типов (тип темперамента Эпиметей; главная черта – чувство ответственности) определяется сочетанием SJ.

Третья группа психологических типов (тип темперамента Аполлон; главная черта – стремление к духовному росту, самопознанию и самовыражению) определяется сочетанием NF.

Четвертая группа психологических типов (тип темперамента Прометей; главная черта – дух научного поиска, изобретательство, стремление к познанию и творчеству) определяется сочетанием NT.

Опросник содержит 70 утверждений, каждое из которых имеет два варианта – а) или в). Выбирается один из них. Способ подсчета баллов и определения формулы психологического типа делается по специальному бланку опросника. В тесте также можно определить яркость выраженности типа, для этого нужно ввести величину Z_b , характеризующую яркость выраженности типа. Z_b определяется следующим образом:

– для пары (E-I) – от большего числа отнять 5 и результат умножить на 2;

– для остальных пар – от большего числа отнять 10. Полученные числа суммируются.

Яркие типы: $20 < Z_b < 40$. Неяркие типы: $0 < Z_b < 20$.

Характерологический опросник Леонгарда, предназначен для выявления акцентуаций характера, т.е. определенного направления характера. Включает 88 вопросов, 10 шкал, соответствующих определенным акцентуациям характера (Приложение В). Описание акцентуаций по Леонгарду-Личко:

1. Гипертимная – повышенный фон настроения в сочетании с жаждой деятельности, высокой активностью, предприимчивостью.

2. Возбудимая – повышенная импульсивность, ослабление контроля над побуждениями и влечениями.

3. Эмотивная – чувствительность, впечатлительность, глубина переживаний в области тонких эмоций в духовной жизни.

4. Педантичная – ригидность, инертность, долгое переживание травмирующих событий.

5. Тревожная – высокий уровень тревожности, склонность к страхам, повышенная робость и пугливость.

6. Циклотимная – периодическая смена гипертимических (повышенное настроение, активность) и дистимических (сниженное настроение, заторможенность) фаз.

7. Демонстративная – демонстративное, театральное поведение, эгоцентризм, жажда постоянного внимания к своей особе.

8. Неуравновешенная – слабоволие, непоседливость, склонность к праздности и развлечениям, трусость, безынициативность.

9. Дистимная – сниженный фон настроения, фиксация на мрачных сторонах жизни, идеомоторная заторможенность.

10. Экзальтированная – большой диапазон эмоциональных состояний, склонность легко приходить в восторг от одних событий и в полное отчаяние от других.

Опросник содержит 10 шкал, отражающих типы акцентуаций. В ключе числа означает номера шкал. Если ответ испытуемого совпадает со стоящим в клетке после номера шкалы знаком «плюс» или «минус», ему засчитывается один балл по данной шкале. При подсчете результатов тестирования набранная по каждой шкале сумма баллов умножается на указанный коэффициент.

Тест «Удовлетворенность работой» Р. Кунина. Этот тест применяется при изучении факторов, влияющих на мотивацию и позволяющий выявить параметры, удовлетворяющие или не удовлетворяющие сотрудников организации условиями работы, организацией руководства и отношениями в рабочем коллективе.

Данный тест содержит 14 утверждений, каждое может быть оценено от 1 до 5 баллов. При оценке удовлетворенности работой трудового коллектива, используются средние величины показателей. При этом оценка результатов проводится по шкале, представленной в таблице 1.

Таблица 1 – шкала оценки результатов по методике Р. Кунина

15 -20 баллов	вполне удовлетворены работой
21 – 32 баллов	удовлетворены
33 -44 баллов	не вполне удовлетворены
45 -60 баллов	не удовлетворены
Свыше 60 баллов	крайне не удовлетворены

Испытуемым предлагается следующая инструкция: «Сделать свой выбор по каждому из утверждений, отметив соответствующую цифру:

вполне удовлетворен;

удовлетворен;

не вполне удовлетворен;

не удовлетворен;

Крайне не удовлетворен» (Приложение А).

«Шкала оценки потребности в достижении». Мотивация достижения – стремление к улучшению результатов, неудовлетворенность достигнутым, настойчивость в достижении своих целей, стремление добиться своего, во что бы то ни стало – является одним из ядерных свойств личности, оказывающих влияние на всю человеческую жизнь. Многочисленные исследования показали тесную связь между уровнем мотивации достижения и успехом в жизнедеятельности. И это не случайно, ибо доказано, что люди, обладающие высоким уровнем этой самой мотивации, ищут ситуации достижения, уверены в успешном исходе, ищут информацию для суждения о своих успехах, готовы принять на себя ответственность, решительны в неопределенных ситуациях, проявляют настойчивость в стремлении к цели, получают удовольствие от решения интересных задач, не теряются в ситуации соревнования, показывают большое упорство при столкновении с препятствиями. Измерить уровень мотивации достижения можно с помощью разработанной шкалы теста-опросника. Шкала состоит из 22 суждений, по поводу которых возможны два варианта ответов – «да» или «нет». Ответы, совпадающие с ключевыми (по коду), суммируются (по 1 баллу за каждый такой ответ) (Приложение Б).

Методика диагностики социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере О.Ф. Потемкиной. Методика на выявления социально-психологических установок включает в себя две основные части: первая часть методики – «социально-психологических установок личности в мотивационно-потребностной сфере» направленная на «альтруизм-эгоизм», «процесс-результат», вторая часть методики направленная на «свободу-власть», «труд-деньги». Цель методики: выявить степень выраженности социально-психологических установок. Процедура проведения: для использования методики можно вносить ответы на вопросы в нижеприведенный протокол. Отвечая на вопросы, необходимо придерживаться следующей инструкции: «Внимательно прочитайте вопросы и ответьте на них двумя способами: «ДА», если Ваш ответ утвердителен, и «НЕТ», если Вы отвечаете отрицательно, а Ваше поведение не соответствует утвердительному ответу на вопрос».

Обработка данных производится по горизонтальным строкам протокола. Образец протокола представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Протокол обработки данных по методике О.Ф. Потемкиной

1	5	9	13	17	21	25	29	33	37
2	6	10	14	18	22	26	30	34	38
3	7	11	15	19	23	27	31	35	39
4	8	12	16	20	24	28	32	36	40

Анкета «Социально-психологический климат группы»
(модифицированный вариант анкеты Б.Д. Парыгина, 1981г). Данная методика состоит из 20 утверждений, которые оценивают характеристики сегодняшнего дня и то, что должно было бы быть, т.е. перспективы.

2.2 Программный пакет для создания Web-сайтов профессиональный редактор Macromedia Dreamweaver

2.2.1 Достоинства Dreamweaver

1. Полный контроль над исходным текстом.

Представление Code View дает возможность получить доступ к новому интегрированному текстовому редактору, а с помощью представления SplitView можно одновременно видеть исходный HTML-код страницы и ее изображение. Быстрый редактор тегов (Quick Tag Editor) позволяет отредактировать HTML-код любого объекта.

2. Проектирование сложных страниц.

Новое уникальное средство компоновки Layout View позволяет вам рисовать непосредственно на странице и мышью перемещать ячейки или группы ячеек для создания вложенных таблиц. Независимо от того, ведется ли работа с готовыми таблицами или создается новая компоновка, Layout View всегда создает корректные таблицы, которые правильно отображаются в любом web-браузере.

3. Импорт из Microsoft Office.

Команда Clean Up World HTML удаляет специфические теги, вставленные Microsoft World, а объект Table Object позволяет импортировать в Dreamweaver файлы с данными, разделенными запятыми. Отладка JavaScript. Новый отладчик JavaScript Debugger позволяет контролировать выполнение сценариев JavaScript в web-браузерах Netscape и Microsoft, помогая понять разницу в реализациях JavaScript.

4. Справочная система.

Быстрое получение справок по JavaScript, HTML, CSS и модели DOM (Document Object Model) благодаря новой функции Code Reference.

Создание элементов векторной графики непосредственно в Dreamweaver. Новые возможности Flash Buttons и Flash Text совместно с программой Macromedia Flash применяются для оформления кнопок и текста [30,31].

Управление ресурсами. С помощью новой панели Asset очень удобно вести учет всех ресурсов сайта. Эта панель позволяет управлять изображениями, цветами, внешними адресами URL, сценариями, видеоклипами Macromedia Flash, Shockwave и QuickTime, шаблонами и элементами библиотек.

5. Загрузка дополнений.

С сайта Macromedia Exchange можно загрузить множество дополнений для Dreamweaver – от графики Flash и Fireworks до интерфейса к поисковым

машинам. Сайт Macromedia Exchange также может оказаться полезным при совместном использовании объектов, сценариев и команд группой разработчиков.

6. Совместное редактирование.

HTML и графики в Dreamweaver и Fireworks. Средство Roundtrip Graphic Editing позволяет редактировать код и оптимизировать графику. При помощи соответствующих дополнений быстро добавить к web-сайту графические маркеры, кнопки и даже целый фотоальбом.

7. Управление информационным наполнением.

Программа Dreamweaver интегрируется с Microsoft Visual SourceSafe, а также с любой из распространенных систем управления документами, которые используют протокол WebDAV. Компании Interwoven, Vignette, BroadVision, ATG и Documentum выбрали платформу Dreamweaver в качестве внешнего HTML-интерфейса для своих систем управления web-контентом.

8. Интегрированный текстовый редактор.

В дополнение к Инспектору HTML, который представляет концепцию Roundtrip HTML, новый интегрированный текстовый редактор Dreamweaver 8 делает более удобной обработку кода. Текстовый редактор вызывается с помощью Code View, а также из Инспектора HTML (Inspector HTML). Представление SplitView позволяет видеть одновременно исходный HTML-код страницы и ее изображение, т.е. теперь можно просматривать проект при редактировании HTML-кода. В Code View также доступны системное меню Dreamweaver и панель объектов (Object Panel).

Code View позволяет автоматически добавить отступы, выделить цветом HTML-код и JavaScript, проверить сбалансированность пунктуации, выровнять выделенную группу строк. Все это делается так же удобно, как при работе в DesignView. Файлы, которые не содержат кода HTML, например, файлы JavaScript или XML, не изменяются при их открытии в Dreamweaver – они автоматически открываются в представлении CodeView [31].

Новый отладчик JavaScript использует web-браузер для поиска ошибок в клиентской части кода JavaScript. Можно проследить, каким образом сценарий JavaScript выполняется в Netscape Navigator или Internet Explorer. Отладчик JavaScript может значительно сократить время поиска и устранения ошибок в программном коде. Если отладчик находит ошибку, установите контрольную точку, затем проверьте объекты и свойства, которые были определены в JavaScript. Пошаговое выполнение позволяет достаточно точно локализовать ошибку в программе. При пошаговом выполнении программного кода можно проверять значения переменных, используя список переменных (watch list) в нижней половине окна отладчика. Это поможет обнаружить проблемы в сценарии JavaScript.

9. Режим компоновки.

Для компоновки страницы дизайнеры всегда использовали HTML-таблицы, но это никогда не было простой задачей. Уникальное представление Layout View упрощает процесс компоновки, позволяя использовать таблицы

как основу проекта, избегая при этом распространенных ошибок компоновки. Например, можно сначала нарисовать ячейки на странице, а затем переместить их в другое место и поменять их параметры. Можно задать фиксированную ширину ячеек или позволить ей изменяться при изменении размеров страницы. Независимо от того, ведется ли работа с готовыми таблицами или создается новая компоновка, Layout View всегда создает корректные таблицы, которые правильно отображаются в любом web-браузере.

Возможность применения вложенных таблиц поможет избежать некоторых проблем, связанных с табличной компоновкой. Так, если размеры ячейки увеличиваются, например, под влиянием изменения динамических данных, то это увеличение затронет и другие ячейки таблицы, нарушая параметры компоновки. Группируя ячейки при помощи вложенных таблиц, их можно защитить от влияния других ячеек и, тем самым, сохранить общую компоновку страницы [30].

2.2.2 Пользовательский интерфейс программного пакета Dreamweaver

Начнем с самого простого – с интерфейса пакета. Под интерфейсом в информатике понимают совокупность средств и правил, обеспечивающих взаимодействие различных компонент программы и пользователя. Способ общения, который предлагает Dreamweaver, базируется на привычных для современного пользователя принципах графического оконного интерфейса (рисунок 2). Его главными «несущими конструкциями» являются командное меню, палитры, клавиатурные сокращения и контекстное меню.

В последнем издании продукта сделан самый большой шаг на пути к совершенству. Теперь все интерфейсные элементы встроены в одно большое окно программы, а инструментальные панели, которые ранее могли располагаться в произвольных местах экрана, привязаны к определенным позициям. Рабочий стол программы приобрел большую наглядность и упорядоченность, сохранив способность к гибкой настройке интерфейсных элементов.

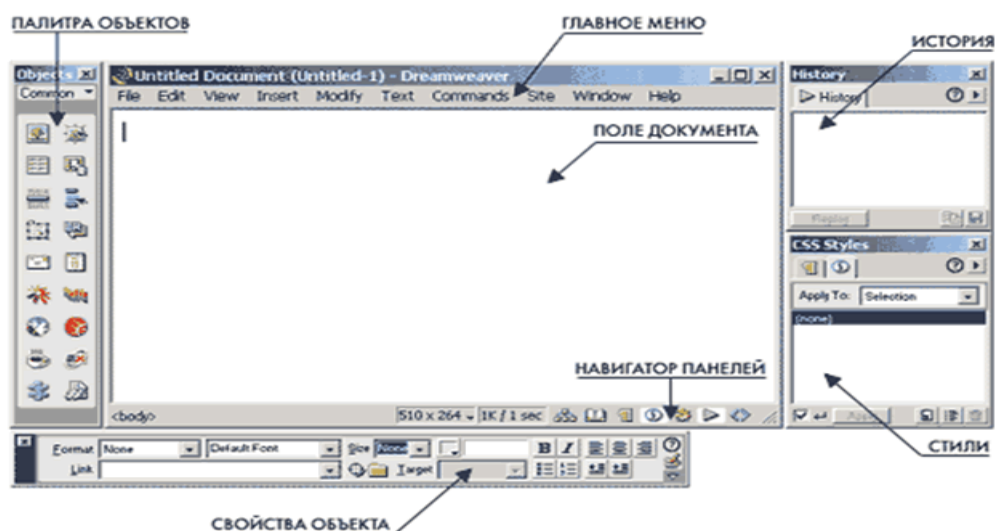


Рисунок 2 – Интерфейс пакета Dreamweaver

Начнем разбор интерфейса с панели «палитра объектов» - палитры, при помощи которой мы помещаем практически всю внешнюю (не касающуюся текста) информацию на нашу страничку. Эта палитра имеет несколько разных вариантов, которые могут быть открыты при помощи выпадающего меню в верхней части «палитры объектов». Посмотрим, что это за варианты [30].

По умолчанию всегда стоит палитра Common objects (основные объекты) (рисунок 3). В нее включено практически все, что вам нужно (слева-направо, сверху-вниз):

Image (картинка) – вставляет на страничку графический элемент;

Rollover Image (перекатыш) – вставляет на страничку конструкцию, которая имитирует анимированную кнопку (кнопку, изменяющую свой вид при наведении на нее);

Table (таблица) – вставляет на страничку таблицу;

Tabular data (табличные данные) – вставляет готовую таблицу с готовыми данными (например из Excel);

Horizontal Rule (линейка) – вставляет декоративный элемент – линейку (обычно используется как разделитель абзацев);

Navigation Bar – вставляет навигационную панель, состоящую из нескольких кнопок;

Draw Layer (нарисовать слой) – вставляет на страничку слой (как в PhotoShop) – Line Break (мягкий перенос) – вставляет на страничку (в тексте) мягкий перенос;

E-mail Link (ссылка на электронную почту) – вставляет на страничку ссылку на электронный адрес;

Date (дата) – вставка в документ текущей даты (можно с автообновлением);

Flash – вставляет флеш-анимацию в страничку;

Shock Wave – вставляет Shockwave-анимацию;

Generator – вставляет заготовку Generator;

FireWorks – вставляет объект FireWorks;

Applet – вставляет ява-апплет;

ActiveX – вставляет ActiveX;

Plugin – вставляет объект, проигрываемый плагином;

SSI – вставляет инклюд (подключаемый внешний HTML файл).



Рисунок 3 – Палитра Common objects

Палитра Invisibles позволяет добавлять в исходный код странички (рисунок 4):

- закладки;
- комментарии;
- ява-скрипты;
- неразрывные пробелы.



Рисунок 4 – Палитра Invisibles

Палитра Head (рисунок 5) помогает нам добавлять различные описания и свойства странички, такие как:

- мета-теги;
- ключевые слова;
- описания странички;
- устанавливать параметры обновления странички;
- указывать базовую ссылку (ссылку по умолчанию);
- указывать ссылки.



Рисунок 5 – Палитра Head

Палитра Frames (фреймы) поможет сделать одним нажатием на кнопку сложную фреймовую структуру (рисунок 6). Подробнее о фреймах и их применении позже.



Рисунок 6 – Палитра Frames

Палитра Forms (формы) служит для визуального создания форм (того, что вы довольно часто заполняете на различных сайтах) (рисунок 7). Она состоит из объектов:

- form – сама форма;
- text field – текстовое поле;
- button – кнопка;
- checkbox – чекбокс (это, где вы ставите галочку на выборах);
- radio button – радиобаттон. Обеспечивает выбор одного из вариантов;
- list/menu – делает выпадающий список или меню;
- filefield – форма для загрузки файлов;
- imagefield – поле картинки;
- hidden field – скрытое меню;
- jump menu – для перехода по клику на другую страничку.

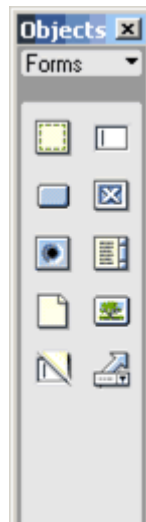


Рисунок 7 – Палитра Forms

Палитра специальных символов поможет вам просто и легко добавить на свою страничку знак копирайта, зарегистрированной торговой марки и многого другого (рисунок 8). Достаточно просто нажать на нужную кнопку.



Рисунок 8 – Палитра Character

Главное меню. Главное командное меню – это неперменный атрибут любого Windows-приложения. Оно открывает доступ к командам, диалогам, полям, кнопкам, с помощью которых выполняется вся содержательная работа по созданию документа, настройке программы, управлению процессом визуализации и прочее. Каждый раздел меню объединяет группу функционально близких команд, которые образуют иерархию вложенных меню и подменю [30,31].

В главное меню входят следующие разделы: File (Файл), Edit (Правка), View (Вид), Insert (Вставка), Modify (Изменить), Text (Текст), Commands (Команды), Site (сайт), Window (Окно), Help (Помощь).

Панель документа. Панель документа (Document toolbar) объединяет интерфейсные элементы, предназначенные для обработки гипертекстового документа и управления файлами. Она выполняет функции основного

диспетчерского пульта. Панель объединяет кнопки вызова наиболее востребованных команд и ресурсов редактора. Это удобное интерфейсное средство существенно сокращает накладные расходы, связанные с навигацией по системе вложенных меню и подменю программы.

В состав панели документов входят следующие интерфейсные элементы: Code and Design View (Режим разметки и планировки), Design View (Режим планировки), Live Data View (Режим отображения динамических объектов), Document Title (Заголовок документа), File Management (Управление файлами), Preview / Debug in Browser (Просмотр / Отладка в браузере), Refresh Design View (Обновить планировку), Reference (Справка), Code Navigation (Навигация по кодам), View Options (Опции отображения).

Главная панель. Главная панель (Insert Bar) – это одно из нововведений интерфейса последней версии программы. Она предназначена для вставки в документ различных объектов, вызова управляющих команд и активизации средств форматирования. Панель состоит из 12 вкладок, каждая из которых открывает доступ к тематической группе команд или управляющих средств: Common (Основной), Layout (Компоновка), Text (Текст), Tables (Таблицы), Frames (Фреймы), Forms (Формы), Templates (Шаблоны), Characters (Символы), Media (Мультимедиа), Head (Заголовок), Script (Скрипт), Application (Приложение).

Группы панелей. Группы панелей – это еще одно нововведение программы, которое не только существенно меняет ее внешний вид, но и решающим образом влияет на стиль работы с редактором. Группы панелей располагается в правой части окна программы. Каждая из них представлена отдельной вкладкой. Щелчок по вкладке раскрывает группу и делает доступным все принадлежащие ей панели. Все многочисленные инструментальные панели первоначально распределены по 10 группам, из которых только половина выводится на экран по умолчанию. Состав групп можно настраивать, а также расширять их номенклатуру [30].

Окно документа. Окно документа – это то рабочее пространство, где создаются гипертекстовые документы. Оно хранит текст, картинки, таблицы, формы и другие объекты, которые составляют содержание HTML-страниц. Изображение HTML-страницы в окне документа не будет сильно отличаться от ее представления в наиболее популярных программах просмотра – браузерах (Microsoft Explorer и Netscape Navigator).

Инспектор свойств. Панель Property inspector (инспектор свойств) – это одно из важнейших управляющих средств программы. Инспектор свойств представляет собой панель, обладающую свойством контекстной зависимости, то есть содержимое этого объекта может меняться в зависимости от выполнения операции, положения курсора и типа помеченных объектов. Большинство команд, выполняемых при помощи инспектора свойств, немедленно переносится на обрабатываемый объект – рисунок, текст или таблицу. Лишь в редких случаях требуется дополнительное подтверждение. По умолчанию инспектор находится в распахнутом состоянии, в котором он

открывает доступ к максимальному числу параметров, относящихся к данной ситуации или помеченному объекту.

2.2.3 Основы работы с программным пакетом Dreamweaver

С точки зрения информатики, документом является материальный носитель или источник данных. Их содержимым может быть обычный текст, таблица, графическое изображение, музыкальный клип, видеоролик и прочее.

Начало работы с гипертекстовыми документами в Dreamweaver немногим отличается от текстовых редакторов. Пользователь имеет возможность создать новый пустой документ, открыть существующий HTML-файл и породить документ с непустым содержанием и форматированием на основе некоторого образца – шаблона.

Любой новый документ создается в программе на основе некоторого образца. Это относится и к пустому документу, представленному в виде чистой страницы. Для выбора образца служит диалоговое окно New Document (Новый документ), которое выводится на экран сразу после выполнения запроса на создание нового документа.

Любой новый документ, созданный в программе, выглядит как совершенно пустая страница. Для нее требуется определить несколько важных параметров и создать исходную гипертекстовую разметку. Это базовые установки, отвечающие за кодировку, размеры полей, цвет фона, заголовок документа, цвет ссылок и прочее. Все базовые настройки сведены в единое диалоговое окно, которое называется Page Properties (Свойства страницы).

Dreamweaver располагает самым обычным арсеналом возможностей для работы с символьной информацией – это набор, удаление и поиск символов, проверка орфографии (для документов на английском языке) и форматирование [30].

Текстовый массив может быть просто набран с клавиатуры. Большие фрагменты удобнее создавать при помощи текстовых редакторов, а затем импортировать в Dreamweaver. Такие обмены можно выполнять посредством промежуточных файлов или при помощи буфера обмена. При передаче через буфер не сохраняется форматирование текста, полученное в родительской программе.

Одним из важнейших средств структурирования HTML-документов являются заголовки. Правильно названные и расставленные заголовки служат своеобразными указателями, направляющими внимание читателя, облегчающими его навигацию по длинному и неоднородному гипертекстовому документу.

В языке HTML предусмотрено 6 стандартных заголовков: <h1>, <h2>, <h3>, <h4>, <h5>, <h6>, в порядке убывания старшинства. Содержимое заголовка автоматически располагается на отдельной строке.

Гипертекстом называется набор документов, связанных системой перекрестных ссылок – гиперсвязей, которые разрешают пользователю быстро

перемещаться из одной части документа в другую или выполнять заданные управляющие инструкции. Гиперсвязи позволяют снабдить документы более развитой, нелинейной структурой [34].

Перекрестная ссылка, или гиперссылка, состоит из двух частей. Первая, видимая, часть называется указателем или реже активной областью. Это публичная составляющая ссылки; она показывает, что данное место гипертекстового документа является не простой надписью или рисунком, а представляет гипертекстовую команду. Вторая составляющая, скрытая от непосредственного наблюдения, называется адресной частью ссылки или просто адресом. Щелчок по указателю загружает в программу просмотра документ, расположенный по этому адресу, или выполняет связанную с ним гипертекстовую команду.

Почти все типы ссылок, получившие во всемирной сети, можно создать средствами Dreamweaver:

- ссылки на внешние гипертекстовые документы или файлы;
- ссылки на именованные символы привязки (якоря);
- ссылки на адреса электронной почты;
- пустые ссылки и ссылки на скрипты.

Dreamweaver предлагает несколько способов создания гипертекстовых ссылок к документам, изображениям, файлам мультимедиа или загружаемым файлам. Ссылки можно создавать на основе текста или иного элемента документа, в том числе изображений или текстов, расположенных в заголовке, списке, таблице, слое или фрейме. Визуальное представление взаимных связей ваших файлов предлагается в карте сайта. Карта сайта позволяет добавлять к сайту новые документы, создавать и удалять ссылки документов, проверять ссылки к зависимым файлам.

Редкий документ обходится без графических вставок. Рисунки, иллюстрирующие содержание Web-страницы, принято делить на две группы: встроенные (inline) и плавающие (floating). Эта классификация основана на привязке изображений к определенным элементам документа. Встроенные графические элементы во многих отношениях ведут себя как необычные литеры нестандартного размера и вида. Они занимают определенную позицию в текстовом массиве; меняют свое положение вместе в процессе редактирования документа, переходят на другую строку по мере набора текста, на них действуют команды выравнивания и отступы и так далее.

Плавающие изображения обладают большой самостоятельностью в документе, поскольку сохраняют привязку не к текущей позиции, а к полям страницы [30].

Вставка изображения в Dreamweaver - это технически простая операция; программа располагает несколькими различными путями ее выполнения:

1. выполнить команду вставки:
 - на главной панели в разделе Common щелкнуть по кнопке Image или перетащить ее на главное окно документа;
 - выполнить команду главного меню Insert ⇒ Image;

– перетащить изображение на панели Assets на искомую позицию в окне документа;

2. в диалоговом блоке Select Image Source следует найти и пометить требуемый графический файл;

3. задать параметры изображения с помощью панели Property Inspector.

Восприятие графики страницы можно сделать более комфортным и наглядным, применив простейшие эффекты анимации. Наиболее простым способом оживления картинок – это вставка анимационного GIF-изображения. Анимационные картинки создаются в специальных программах, например Macromedia Fireworks; процедура их вставки не отличается от обычных растровых изображений. Dreamweaver показывает их только в статичном состоянии, увидеть динамику их можно в браузерах или при помощи специальных программ просмотра графики.

Таблицы – готовые формы для хранения текстовой и графической информации. Самые простые таблицы, состоящие из одной ячейки с вложенным рисунком, – это еще один способ взаимной координации текста и изображений. С задачей объединения и рисунков и подрисовочных надписей прекрасно справится таблица из двух ячеек, расположенных по вертикали.

Таблицы, созданные в Dreamweaver, по своим свойствам почти не отличаются от таблиц, с которыми работают другие программы, например текстовые редакторы или настольные издательские системы. Все представители этого класса объектов – это просто комбинация строк, столбцов, полей и граничных линий.

Форма – это одно из важнейших средств организации обратной связи между пользователем, просматривающим Web-страницу, и компьютером, на котором она расположена. Формы являются статической основой, на которой базируется динамическое, интерактивное взаимодействие между клиентом и сервером.

Формы как объекты языка HTML обеспечивают только отображение и сбор информации. Ее обработка выполняется специальными программными средствами.

Формы состоят из двух частей: кода HTML, описывающего форму (например, поля, метки и кнопки, которые пользователь видит на странице), и сценария или приложения, которые обрабатывают полученную информацию (например, CGI-сценарий). Работа интерактивной формы без сценария CGI невозможна. Dreamweaver позволяет создавать разнообразные объекты интерактивных форм. Такие как текстовые поля, поля для ввода пароля, переключатели, флажки, раскрывающиеся меню или «активные» изображения (такие, как кнопка Submit (Отправить)).

Объекты формы можно вставлять, используя раздел Forms (Формы) Главной панели или с помощью команд Insert (Вставка)>Form (Форма) и Insert (Вставка)>Form Objects (Объекты формы).

Фрейм – это область гипертекстовой страницы с независимым поведением и содержанием.

По своим свойствам такие области отчасти напоминают мини-браузеры, вложенную в программу просмотра. Во фреймы одного окна программы просмотра можно загрузить различные HTML-файлы и просматривать их независимо друг от друга. Для просмотра страниц фрейм предлагает собственные линейки прокрутки и общие для всей программы управляющие кнопки и команды главного меню.

Имеются два способа создать набор фреймов в Macromedia Dreamweaver: можно проектировать это непосредственно, или можно выбирать из нескольких predetermined наборов фреймов. Выбор predetermined набора фреймов автоматически настраивает все наборы фреймов и фреймы, необходимые, чтобы создать макет (расположение).

Dreamweaver позволяет быстро и легко поместить на страницу сайта звук и фильм. Вы можете вставлять и редактировать файлы мультимедиа, например, Java-апплеты, фильмы QuickTime, и фильмы Flash и Shockwave, а также звуковые файлы MP3.

Объекты Flash. Технология Flash Macromedia – оптимальное решение для создания векторной графики и мультимедиа. Программа Flash Player доступен и как дополнение Netscape Navigator, и как элемент ActiveX для Microsoft Internet Explorer на платформе IBM PC; он входит в состав самых последних версий Netscape Navigator и Microsoft Windows.

Звуковые эффекты. Существуют несколько типов звуковых файлов и форматов, а также несколько различных способов добавить звук к Web-странице. При выборе формата файла и способа его внедрения в страницу необходимо учитывать такие факторы, как цель озвучивания, аудитория, размер файла, качество звука и отличия браузеров [30,31].

Элементы ActiveX. Средства ActiveX – это компоненты многократного использования, подобны миниатюрным приложениям, которые могут действовать как плагин браузера. Они запускаются в Internet Explorer в Windows, но не работают на Macintosh или в Netscape Navigator. Объект ActiveX в Dreamweaver позволяет вам добавлять атрибуты и параметры для средств ActiveX в браузере посетителя вашего сайта.

Java-апплет. Java – язык программирования, позволяющий создавать маленькие приложения (апплеты), которые могут быть вставлены в страницы Web.

3 Описание структуры Web-сайта и результаты исследования

3.1 Описание структуры Web-сайта

Главной из задач дипломной работы было создание web-сайта на тему: «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации». Одним из популярных инструментов для разработки web-серверов и управления ими является гипертекстовый редактор HTML – Macromedia Dreamweaver. Он предоставляет практически адекватную браузером графическую среду разработки web-страниц.

Интерфейс наших web-страниц достаточно удобен для пользователя.

Для использования данного сайта необходимо, чтобы система удовлетворяла следующим минимальным требованиям:

- процессор: ПП/400 и выше;
- объем оперативной памяти: 128 Mb;
- объем дисковой памяти: не < 40 Mb4
- программа поддерживает платформы Windows 98/2000/XP;
- минимальное разрешение экрана : 800*600;
- наличие браузера;
- наличие манипулятора – мышь.

Для запуска программы необходимо открыть стартовую страницу index.html (рисунок 9), содержащую активные элементы.

Страница index.html содержит гиперссылки и активные кнопки. Нажав на гиперссылку, ну а для того, чтобы снова попасть на главную страницу следует щелкнуть указателем мыши на кнопку с названием «Главная».

Сайт состоит из пяти основных частей, переходить по которым возможно с помощью использования активных кнопок. Которые повторяют названия разделов работы: «Теория» содержит основные положения концепций мотивации профессионального самосовершенствования сотрудников организации; «Методики» содержат диагностические методик, направленные на исследование детерминант мотивации профессионального самосовершенствования сотрудников организации; «Исследование» содержит информацию о полученных результатах исследования; «Словарь» включает в себя как общие психологические термины, так и основные понятия темы «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации»; «Литература» содержит список источников, на случай если пользователь захочет обратиться к первоисточнику и получить более подробную информацию.

Главная страница состоит из трех фреймов. В верхнем фрейме расположено название работы. В левом фрейме расположены кнопки навигации по сайту. Правый фрейм содержит информацию о работе (рисунок 9).

На главной странице, выбрав нужный раздел, кликнув мышкой на соответствующей кнопке (например «Теория»), в правом фрейме отображается содержание раздела и текст раздела (рисунок 9). Содержание удобно тем, что

пользователь может выбрать любую интересующую его главу, а в конце каждого раздела имеется активная кнопка, с помощью которой пользователь может перемещаться к началу страницы, что очень удобно при просмотре теории (рисунок 10).

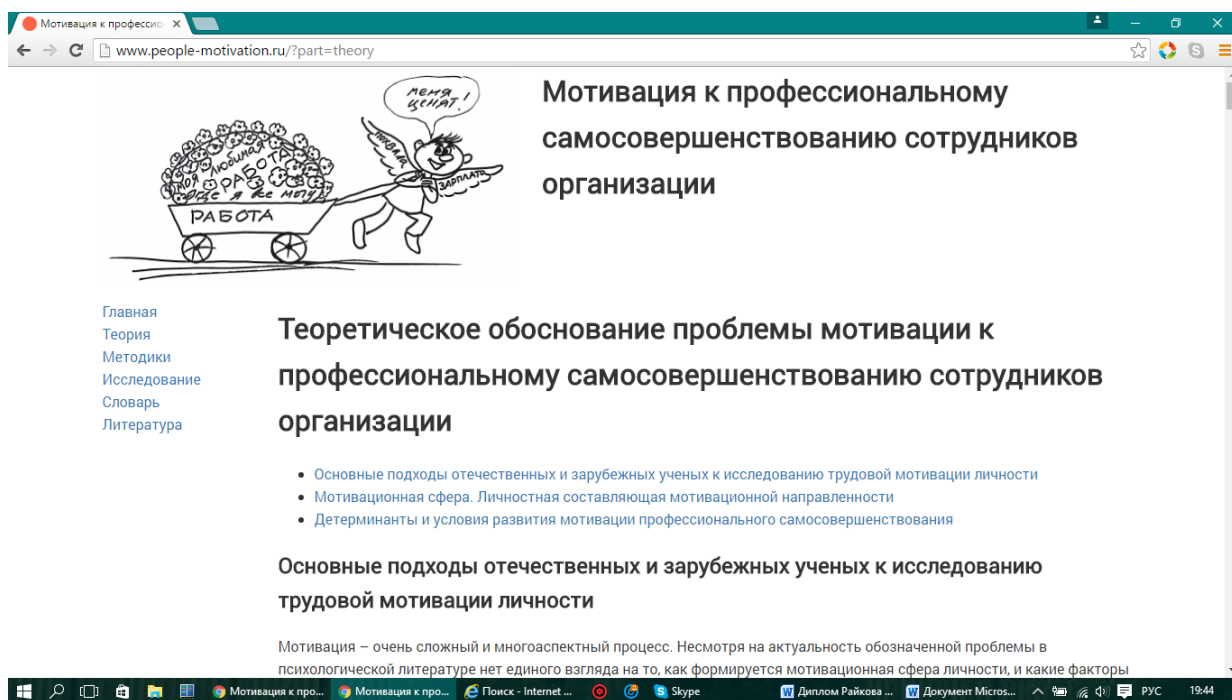


Рисунок 9 – Страница Web-сайта

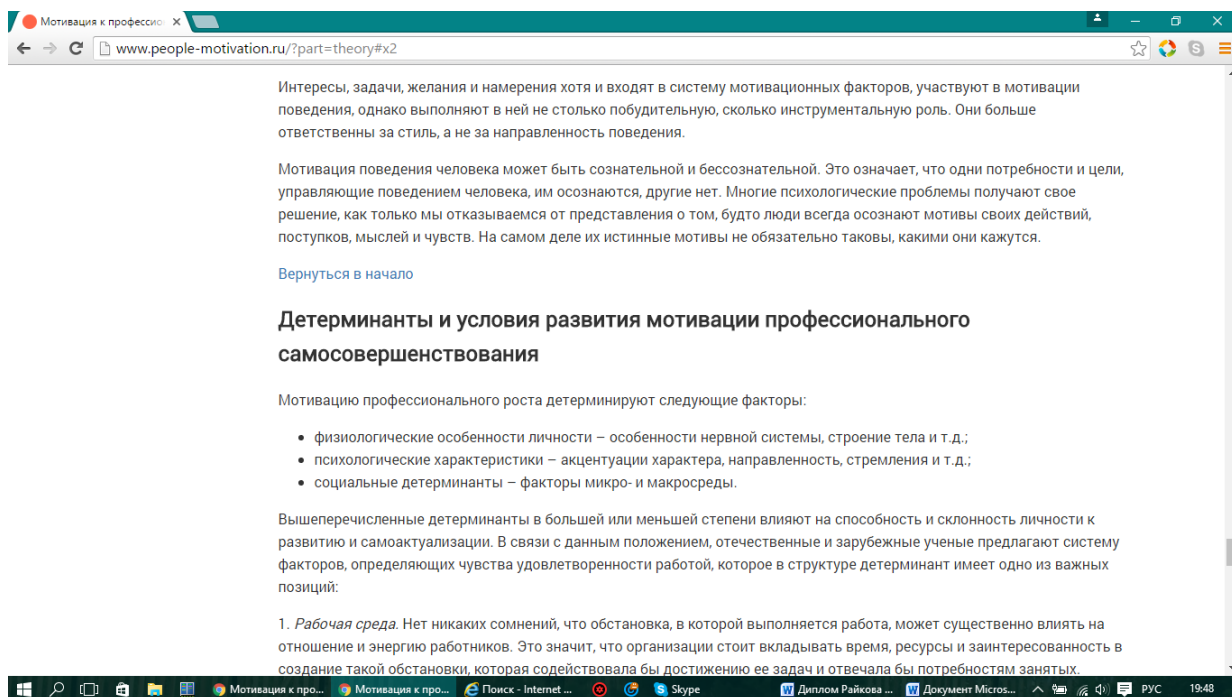


Рисунок 10 – Кнопки перехода

Раздел «Методики» имеет аналогичную структуру разделу «Теория». Также представлены гиперссылки с названиями методик, направленных на

выявление детерминант мотивации профессионального самосовершенствования сотрудников организации. При нажатии на любую из гиперссылок автоматически появится информация об этой методике (рисунок 11).

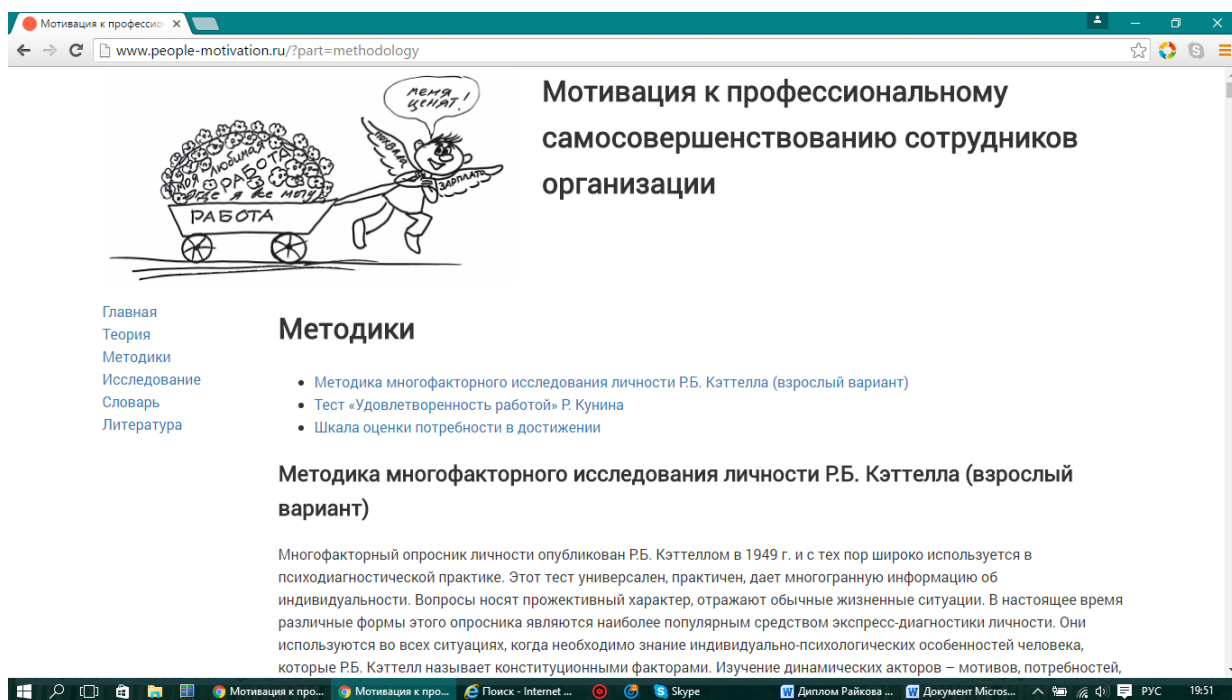


Рисунок 11 –Страничка «Методики»

Также на нашем сайте расположены результаты проводимого исследования, представленные в виде диаграмм, графиков и таблиц. Чтобы их увидеть, необходимо нажать на раздел «Исследование» (рисунок 12).

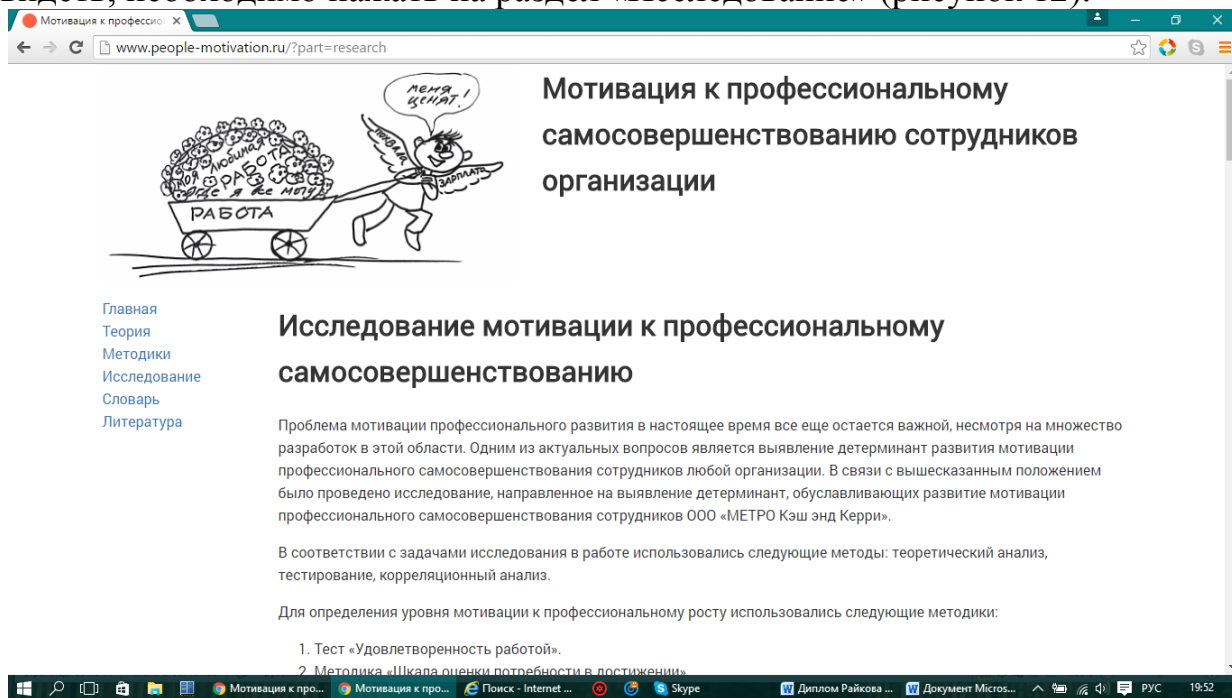


Рисунок 12 – Страничка «Исследование»

При нажатии на кнопку «Словарь» загружается страница. Включающая в себя основные понятия темы «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации», нажав на одну из букв алфавитного указателя, в правом фрейме отображаются термины на выбранную букву (рисунок 13).

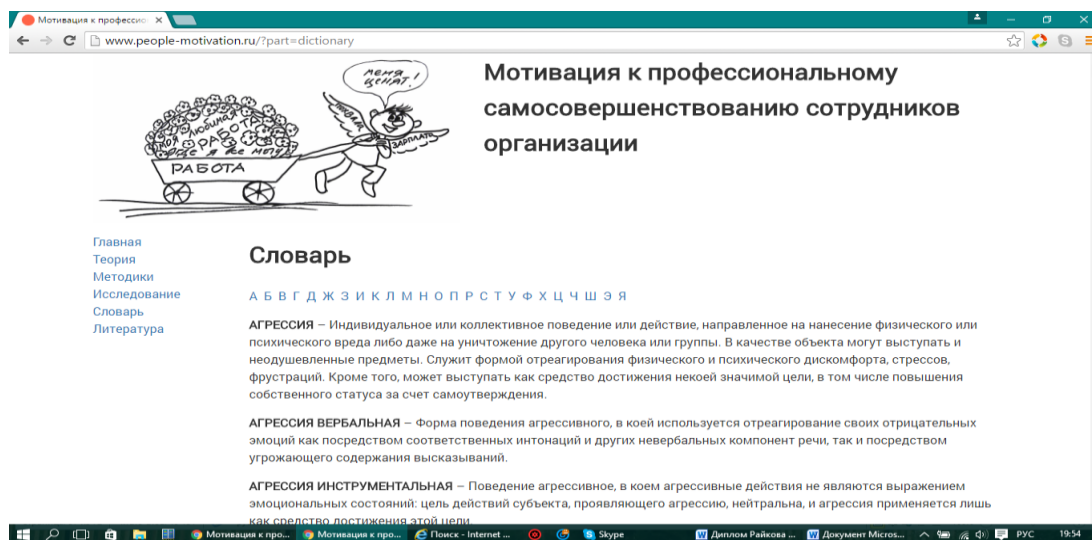


Рисунок 13 – Словарь сайта

Если пользователь захочет обратиться к первоисточнику и получить более подробную информацию на тему «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации», он может выбрать страничку «Литература», которая содержит основные источники для ознакомления с данным направлением исследования (рисунок 14).



Рисунок 14 – Страничка «Литература»

Web-сайт «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации» поможет психологам, руководителям, а также самим сотрудникам в решении проблем мотивации профессионального самосовершенствования с учетом личностных особенностей.

3.2 Исследование мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации

Проблема мотивации профессионального развития в настоящее время все еще остается важной, несмотря на множество разработок в этой области. Одним из актуальных вопросов является выявление детерминант развития мотивации профессионального самосовершенствования сотрудников организации. В связи с вышесказанным положением было проведено исследование, направленное на выявление детерминант, обуславливающих развитие мотивации профессионального самосовершенствования сотрудников ООО «МЕТРО Кэш энд Керри».

В соответствии с задачами исследования в работе использовались следующие методы: тестирование и корреляционный анализ.

Для определения уровня мотивации к профессиональному росту использовались следующие методики:

1. Тест «Удовлетворенность работой» Р. Кунина.
2. Методика «Шкала оценки потребности в достижении».
3. Методика многофакторного исследования личности Р.Б. Кэттелла.

В рамках диагностики мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации исследование проводилось среди сотрудников ООО «МЕТРО Кэш энд Керри».

В исследовании приняли участие 30 сотрудников организации.

Анализ полученных результатов исследования можно представить следующим образом. По тесту «**Удовлетворенность работой**» мы получили следующие данные: 46% опрошенных удовлетворены своей работой, 39% - удовлетворены, но не вполне, 4% - вполне удовлетворены по всем параметрам и лишь 11% испытуемых не удовлетворены своей работой. Крайне неудовлетворенных своей работой сотрудников не выявлено (рисунок 15).



Рисунок 15 – Степень удовлетворенности сотрудников работой

Методика **«Шкала оценки потребности в достижении»** предполагает оценивание респондентов по трем уровням развития мотивации достижения – высокому, среднему, низкому. Высокий уровень предполагает наличие у человека таких качеств как целеустремленность, высокоразвитые волевые качества, креативность, тенденцию к развитию в различных областях жизнедеятельности, а в частности, карьерный рост. Средний уровень характеризует не только человека целеустремленного, но и прожектора, планы которого не имеют реальной опоры в настоящем и не подкрепляются личной ответственностью; особо низкие баллы по данной шкале характеризуют наличие импульсивности, мешающие человеку доводить начатое до конца. Низкие баллы характеризуют испытуемого как человека, живущего сегодняшним или завтрашним днем, мало интересующегося окружающим миром, а также отражают определенную степень эмоциональности. При интерпретации результатов теста «Шкала оценки потребности в достижении» мы получили следующую картину (рисунок 16):



Рисунок 16 – Уровень мотивации достижения сотрудников

37 % опрошенных имеют высокий уровень мотивации достижения, что говорит о наличии у респондентов таких свойств как стремление к улучшению результатов, неудовлетворенность достигнутым, настойчивость в достижении своих целей, стремление добиваться своего, во что бы то ни стало и т.д., которые являются одним из ядерных свойств личности, оказывающие влияние на всю человеческую жизнь. 42% от числа опрошенных имеют средний уровень мотивации достижения, 21% - низкий уровень.

Результаты обработки данных по **многофакторной методике Р.Б. Кэттелла** (взрослый вариант – от 29 до 70 лет) представлены на рисунке 17. При анализе нами учитывались первичные факторы, отражающие особенности личностного развития.

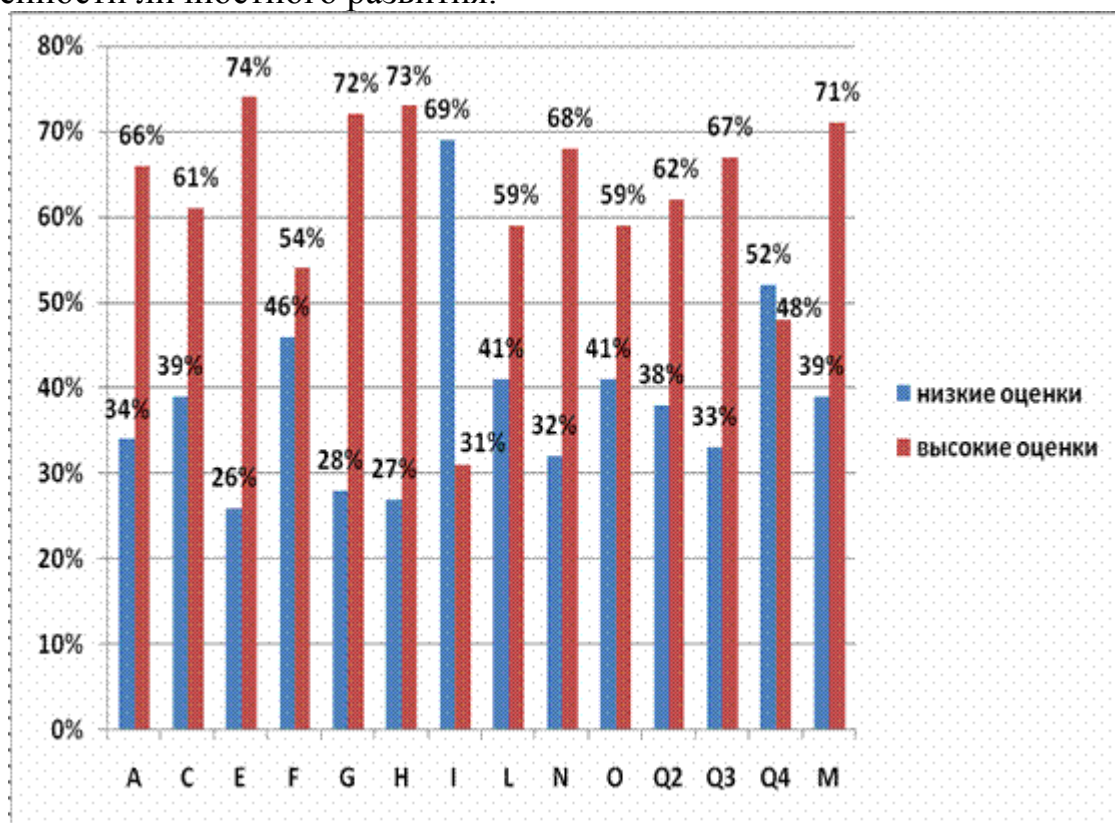


Рисунок 17 – результаты диагностики по тесту Р.Б. Кэттелл

При анализе результатов исследования по методике нами учитывались показатели первичных факторов: блок эмоционально-волевых особенностей и коммуникативных свойств и особенностей межличностного взаимодействия. Из диаграммы, представленной на рисунке 17, мы видим, что процент распределения выбора представлен следующим образом:

- фактор А – замкнутость (34%) и общительность (66%);
- фактор С – эмоциональная нестабильность (39%) и эмоциональная стабильность (61%);
- фактор Е – покорность (26%) и доминирование (74%);
- фактор F – невозмутимость (46%) и импульсивность (54%);
- фактор G – «корыстный» (28%) и «совестливый» (72%);
- фактор Н – робость (27%) и смелость (73%);

фактор I – жесткость (69%) и мягкосердечность (31%);
 фактор L – доверчивость (41%) и подозрительность (59%);
 фактор N – наивность (32%) и проницательность (68%);
 фактор O – спокойствие (41%) и тревожность (59%);
 фактор Q2 – зависимость от группы (38%) и самодостаточность (62%);
 фактор Q3 – низкое самомнение (33%) и высокое самомнение (67%);
 фактор Q4 – низкая напряженность (52%) и высокая напряженность (48%);
 фактор M – практичность (39%) и мечтательность (71%).

Высокий уровень мотивации достижения обусловлен следующими факторами: «вполне удовлетворен работой», «удовлетворен работой», «не удовлетворен работой», «замкнутость», «эмоциональная стабильность», «смелость», «спокойствие», «самодостаточность», «высокое самомнение».

О низком уровне мотивации достижения свидетельствуют факторы: «не удовлетворен работой», «не вполне удовлетворен работой», «общительность», «робость», «тревожность», «зависимость от группы», «высокая напряженность».

Одной из мер статистической зависимости между двумя переменными является коэффициент корреляции. Он показывает, насколько ярко выражена тенденция к росту одной переменной при увеличении другой.

Коэффициент корреляции находится в диапазоне [-1, 1]. Нулевое значение коэффициента обозначает отсутствие такой тенденции (но не обязательно отсутствие зависимости вообще). Если тенденция ярко выражена, то коэффициент корреляции близок +1 или -1 (в зависимости от знака зависимости), причем строгое равенство единице обозначает крайний случай статистической зависимости – функциональную зависимость. Промежуточные значения коэффициента корреляции говорят, что тенденция к росту одной переменной при увеличении другой не очень ярко выражена, но в какой-то мере она все же присутствует.

Существует несколько различных коэффициентов корреляции, к каждому из которых относится сказанное выше. Для исследования корреляционной зависимости между выделенными ранее признаками мы использовали коэффициент корреляции Пирсона, характеризующий степень линейной зависимости между переменными (формула 1):

$$r = \frac{\sum_i (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum_i (x_i - \bar{x})^2} \sqrt{\sum_i (y_i - \bar{y})^2}}, \quad (1)$$

где Σ - сумма произведения разностей переменных, а i – число парных наблюдений.

Вычисления корреляционных зависимостей осуществлялись в приложении MS Office MS Excel; данные корреляционного анализа представлены в приложении В, в которых обозначены группы зависимых

переменных, позволяющие сделать вывод о том, что на уровень мотивации к профессиональному самосовершенствованию влияют личностные особенности работников организации.

Исходя из представленных в таблице данных, о низком уровне мотивации достижения свидетельствуют факторы: «не удовлетворен работой» (0,95), «не вполне удовлетворен работой» (0,67), фактор «А» (-0,68), фактор «Н» (-0,87), фактор «О» (0,96), фактор «Q2» (-0,52), фактор «Q4» (0,92), фактор «М» (0,77).

Высокий уровень мотивации достижения обусловлен следующими факторами: «вполне удовлетворен работой» (0,86), «удовлетворен работой» (0,61), «не удовлетворен работой» (-0,86), фактор «А» (0,98), фактор «С» (0,67), фактор «Н» (0,87), фактор «О» (0,74), фактор «Q2» (0,75), фактор «Q3» (0,59), фактор «М» (-0,68).

Таким образом. Гипотеза о том, что уровень мотивации сотрудников к профессиональному самосовершенствованию обусловлен их личностными особенностями, подтверждена.

Анализируя результаты диагностики сотрудников организации ООО «МЕТРО Кэш энд Керри», можно сделать вывод о том, что большая часть коллектива имеет высокий и средний уровень мотивации достижения, что благоприятно сказывается на результатах работы. Сотрудникам с низким уровнем мотивации достижения необходимо развивать такие качества как общительность, практичность, уверенность в себе, самооценку, сдержанность, стрессоустойчивость и т.д., например, в рамках тренингов личностного роста, что повысит уровень их профессионального самосовершенствования.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Возросшая актуальность изменений содержания труда в условиях научно-технического прогресса, широкой автоматизации и информатизации производства, в результате повышения уровня образования и социальных ожиданий сотрудников обусловила значение фактора мотивации в управлении персоналом. В настоящее время ответственные и инициативные работники, высокоорганизованные и стремящиеся к трудовой самореализации, т.к. только те люди, которые осознают смысл своей деятельности, и стремятся к достижению целей организации, могут рассчитывать на получение высоких результатов.

В настоящее время развитие индустрии информационных услуг, включающей производство электронных обучающих средств, наряду с созданием и внедрением информационных web-технологий, составляет основу формирования инфраструктуры информатизации научного исследования. Таким образом, дипломная работа представляет собой разработку web-сайта по проблеме мотивации к профессиональному самосовершенствованию, включающего в себя теоретический анализ вопроса, методический комплекс, результаты проведенного исследования, глоссарий и т.д.

Теоретической основой дипломной работы стали концептуальные положения теорий трудовой мотивации таких ученых как К. Левин, А. Маслоу, Г. Олпорт, К. Роджерс и т.д. Поэтому в основу нашей работы легло суждение о том, что структура мотивационной сферы человека в процессе жизнедеятельности проходит этапы формирования и становления, которые представляют собой сложный процесс, происходящий под влиянием внутренних факторов и факторов окружающей его среды. Таким образом, большое внимание в своей работе мы уделили характеристике мотивационной сферы личности и личностным структурным компонентам мотивации, т.к. поведенческие особенности, динамическая характеристика личности, структура личности человека в целом, определяет общую направленность личности, стремления человека, его жизненный путь, и, конечно же, тенденцию профессионального самосовершенствования.

В связи с обозначенной актуальностью проведено исследование в коллективе ООО «МЕТРО Кэш энд Керри», в котором приняли участие 30 человек, выявлены детерминанты развития мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников. Анализ результатов диагностики показал, что мотивация профессионального самосовершенствования детерминирована личностными особенностями сотрудников организации: общительностью, смелостью, тревожностью, самодостаточностью, высоким самомнением. Наша гипотеза подтвердилась.

Анализируя результаты диагностики мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации ООО «МЕТРО Кэш энд Керри», можно сделать вывод о том, что большая часть коллектива имеет высокий и средний уровень мотивации достижения, что благоприятно

сказывается на результатах работы коллектива. Сотрудникам с низким уровнем мотивации достижения необходимо развивать такие качества как общительность, практичность, уверенность в себе, самооценку, сдержанность, стрессоустойчивость и т.д., например, в рамках тренингов личностного роста или других коррекционных мероприятиях для повышения мотивации к профессиональному самосовершенствованию.

Таким образом, поставленные задачи решены, цель работы достигнута: создан WEB-сайт «Мотивация к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации», призванный упростить процедуру исследования и дальнейшего изучения мотивации к профессиональному самосовершенствованию сотрудников организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бухмастов, А.С. Разработка информационных систем. Методика, технология, инструментарий / А.С. Бухмастов. – М.: Златоуст, 2008. – 205 с.
2. Пономаренко, А.В. Разработка и использование электронных учебных средств / А.В. Пономаренко. – СПб.: Питер, 2009. – 402 с.
3. Каверин, С.Б. Мотивация труда / С.Б. Каверин – М.: Институт психологии РАН, 1998. – 224 с.
4. Энциклопедия психологических тестов. ТЕРРА – Книжный клуб, 2010. – 400 с.
5. Холл, К.С. Теория личности / К.С. Холл, Г. Линдсей. – М.: КСП+, 2007. – 592 с.
6. Хьелл, Л. Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: Питер Пресс, 2007. – 923 с.
7. Сельченко, К.В. Гуманистическая и трансперсональная психология / К.В. Сельченко. – М.: АСТ, 2006. – 164 с.
8. Фрейджер, Дж. Фэйдман. – СПб.: «прайм-ЕВРОЗНАК», 2006. – 864с.
9. Кузнецова, М.И. Мотивация деятельности / М.И. Кузнецова – СПб.: Фирма, 2005. – 301 с.
10. Ильин, Е.П. Мотивация и мотивы / Е.П. Ильин – СПб.: Питер, 2000. – 508 с.
11. Маслоу, А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб.: Евразия, 1999. – 478 с.
12. Маслоу, А. Дальние пределы человеческой психики / А. Маслоу. – СПб.: Евразия, 1997 – 546 с.
13. Вахромов, Е.Е. Психологические концепции развития человека: теория самоактуализации / Е.Е. Вахромов – М.: Междун. пед. академия, 2001. – 766 с.
14. Удальцова, М.В. теории мотивацииб Учебное пособие / М.В. Удальцова – Новосибирск: НГАЭиУ, 2002. – 157 с.
15. Краткий психологический словарь \ Под ред. Д.А. Рукосуева. Переработанное издание. – Просвещение: Владос, 2001 – 355 с.
16. Перов, Д.В. общая психология / Д.В. Перов. – М.: Мысль, 1979. – 360 с.
17. Кудашов, Р.Т. Психология / Р.Т. Кудашов. – М.: Наука, 1981. – 292 с.
18. Колер, О.Е. Психология / О.Е. Колер. – Донецк: Сталкер, 1997. – 446 с.
19. Баранов, А.А. Общая психология: курс лекций / А.А. Баранов. – М.: Владос, 1997. – 368 с.
20. Немов, Р.С. Психология: в 2-х кн. / Р.С. Немов. – М.: Просвещение: Владос, 1994. – 576 с.

21. Верхоглазенко, В. Система мотивации персонала / В. Верхоглазенко // Консультант директора. – 2002. – № 4. – С.23-34.
22. Богданов, Ю.Н. мотивация персонала / Ю.Н. Богданов, Ю.Н. Богданов, Ю.В. Зорин, Д.А. Шмонин, В.Т. Ярыгин // Методы менеджмента качества. – 2001. – № 11. – С. 14-19.
23. Веснин, В.Р. практический менеджмент персонала / В.Р. Веснин – М.: Юристъ, 1998. – 354 с.
24. Дункан, Дж.У. Основополагающие идеи менеджмента / Дж.У. Дункан. – М.: Дело, 2004. – 306 с.
25. Иванцевич, Д.М. Человеческие ресурсы как объект управления \ Д.М. Иванцевич, А.А. Лобанов – М.: Дело, 2000. – 304 с.
26. Бурмистров А. Какие методы повышения мотивации персонала являются наиболее действенными? / А. Бурмистров, Н. Газенко // Управление персоналом. – 2002. – № 7. – С. 48-49.
27. Комарова, Н.Н. Мотивация труда и повышение эффективности работы / Н.Н. Комарова // Человек и труд. – 1997. – № 10. – С. 19-25.
28. Белкин, В. Мотивы и стимулы труда / В. Белкин, Н. Белкина // Социальная защита. – 2001. – № 7. – С. 44-47.
29. Махорт Н. Проблема мотивации в трудовой деятельности / Н. Махорт // Управление персоналом. – 2002. – № 7. – С. 24-32.
30. Самоукина, Н.В. мотивация персонала как проблема \ Н.В. Самоукина // Управление персоналом. – 2004. – № 7. – С. 62-66.
31. Холмогоров, В. Основы Web-мастерства: Учеб. курс / В. Холмогоров. – СПб.: Питер, 2001. – 350 с.
32. Лебедев, С.В. Web-дизайн. Полное руководство / С.В. Лебедев. – Харьков: Торнадо МТК, 2001. – 736 с.
33. Никитов, В.А. Информационно-телекоммуникационные технологии в образовании / В.А. Никитов // Телекоммуникации и информатизация образования. – 2002. – № 4. – 31-35.
34. Пауэрс, Ш. динамический HTML / Ш. Пауэрс. – М.: Лори, 2002. – 362 с.
35. Осолоткина, Е.Ю. Формализация структуры web-страницы / Е.Ю. Осолоткина // Дистанц. образование. – 2003. – № 6. – С. 37-39.
36. Гудик, Л.И. Новые образовательные технологии / Л.И. Гудик. – М.: просвещение, 2001. – 420 с.
37. Максимов, Г.Н. о создании учебно-образовательного специализированного Web-сайта / Г.Н. Максимов // Открытое образование. – 2003. – № 6. – С. 33-49.
38. Комякин, В.Н. Создание Web-страниц и Web-сайтов: Самоучитель / В.Н. Комякин, В.Н. Печников. – М.: Триумф, 2002. – 490 с.
39. Пивоварова, М.А. информационные технологии в учебном процессе: возможности и опасности / М.А. Пивоварова // Соц.-гуманит. знания. – 2000. – № 5. – С. 129-140.

40. Лобачев, С.Л. Интернет-обучение: тенденции и проблемы / С.Л. Лобачев, В.И. Солдаткин // Телекоммуникации и информатизация в образовании. – 2004. – № 2. – С. 18-38.

ПРИЛОЖЕНИЕ А (справочное)

Методика применяется при изучении факторов влияющих на мотивацию. Позволяет выявить параметры, удовлетворяющие или не удовлетворяющие сотрудников организации условиями работы, организацией руководства и отношениями в рабочем коллективе.

№	Утверждение					
1	Ваша удовлетворенность предприятием, где вы работаете	1	2	3	4	5
2	Ваша удовлетворенность физическими условиями (жара, холод, шум и т.д.)	1	2	3	4	5
3	Ваша удовлетворенность работой	1	2	3	4	5
4	Ваша удовлетворенность слаженностью действий работников	1	2	3	4	5
5	Ваша удовлетворенность стилем руководства вашего начальника	1	2	3	4	5
6	Ваша удовлетворенность профессиональной компетентностью вашего начальника	1	2	3	4	5
7	Ваша удовлетворенность зарплатой в смысле соответствия с вашими трудозатратами	1	2	3	4	5
8	Ваша удовлетворенность зарплатой в сравнении с тем, сколько за такую же работу платят на других предприятиях	1	2	3	4	5
9	Ваша удовлетворенность служебным (профессиональным) продвижением	1	2	3	4	5
10	Ваша удовлетворенность вашими возможностями продвижения	1	2	3	4	5
11	Ваша удовлетворенность тем, как на своей работе вы можете использовать опыт и способности	1	2	3	4	5
12	Ваша удовлетворенность требованиями работы к интеллекту человека	1	2	3	4	5
13	Ваша удовлетворенность длительностью рабочего дня	1	2	3	4	5
14	В какой степени ваша удовлетворенность работой повлияла на ваше решение, если бы вы искали работу в настоящее время	1	2	3	4	5

При оценке удовлетворенности работой трудового коллектива. Используются средние величины показателей. При этом оценка результатов производится по следующей шкале:

15 -20 баллов	вполне удовлетворены работой
21 - 32 баллов	удовлетворены
33 - 44 баллов	не вполне удовлетворены
45 - 60 баллов	не удовлетворены
Свыше 60 баллов	крайне не удовлетворены

Испытуемым предлагается следующая инструкция: «Сделать свой выбор по каждому из утверждений, отметив соответствующую цифру:

- вполне удовлетворен (1);
- удовлетворен (2);
- не вполне удовлетворен (3);
- не удовлетворен (4);
- крайне не удовлетворен» (5).

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

(справочное)

Методика «Шкала оценки потребности в достижении»

Суждения:

1. Думаю, что успех в жизни, скорее, зависит от случая, чем от расчета.
2. Если я лишусь любимого занятия, жизнь для меня потеряет всякий смысл.
3. Для меня в любом деле важнее не его исполнение, а конечный результат.
4. Считаю, что люди больше страдают от неудач на работе, чем от плохих взаимоотношений с близкими.
5. По моему мнению, большинство людей живут далекими целями, а не близкими.
6. В жизни у меня было больше успехов, чем неудач.
7. Эмоциональные люди мне нравятся больше, чем деятельные.
8. Даже в обычной работе я стараюсь усовершенствовать некоторые ее элементы.
9. Поглощенный мыслями об успехе, я могу забыть о мерах предосторожности.
10. Мои близкие считают меня ленивым.
11. Думаю, что в моих неудачах повинны, скорее, обстоятельства, чем я сам.
12. Терпения во мне больше, чем способностей.
13. Мои родители слишком строго контролировали меня.
14. Лень, а не сомнение в успехе вынуждает меня часто отказываться от своих намерений.
15. Думаю, что я уверенный в себе человек.
16. Ради успеха я могу рискнуть, даже если шансы равны 0.
17. Я усердный человек.
18. Когда все идет гладко, моя энергия усиливается.
19. Если бы я был журналистом, я писал бы, скорее, об оригинальных изобретениях людей, чем о происшествиях.
20. Мои близкие обычно не разделяют моих планов.
21. Уровень моих требований к жизни ниже, чем у моих товарищей.
22. Мне кажется, что настойчивости во мне больше, чем способностей.
23. Мне кажется, что настойчивости во мне больше, чем способностей.

Возможны два варианта ответов – «да» или «нет». Ответы, совпадающие с ключевыми (по коду), суммируются (по 1 баллу за каждый такой ответ).

Код: ответы «да» на вопросы 2, 6, 7, 8, 14, 16, 18, 19, 21, 22; ответы «нет» на вопросы 1, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 17, 20.

ПРИЛОЖЕНИЕ В
(справочное)

Результаты корреляционного анализа

Таблица В.1 – Корреляционный анализ исследования мотивации профессионального самосовершенствования сотрудников

Факторы	Коэффициенты корреляции																
	М	1															
А	0,86	1															
С	0,51	0,45	1														
Е	-0,51	0,27	-0,61	1													
Ф	-0,07	0,23	0,15	0,27	1												
Г	0,32	0,44	0,14	0,13	0,21	1											
Н	-0,65	-0,59	0,10	0,23	0,31	0,44	1										
И	0,21	0,7	-0,13	-0,08	0,28	-0,11	0,05	1									
Л	-0,25	-0,84	-0,54	-0,19	-0,51	0,59	0,14	-0,53	1								
										1							
											1						
												1					
													1				
														1			
															1		
																1	
																	1

высокий	средний	низкий	не удовле- творен	не вполне удовле- творен	удовле- творен	вполне удовле- творен	Q4	Q3	Q2	Q	Z
-0,68	0,67	0,77	-0,13	-0,29	0,50	0,53	0,47	0,26	-0,58	-0,89	0,10
0,98	0,57	-0,68	-0,75	-0,51	0,75	0,89	-0,76	0,15	-0,64	-0,78	0,41
0,67	0,40	-0,04	-0,62	0,62	0,77	0,93	-0,69	0,12	-0,07	-0,68	0,61
0,85	0,65	-0,43	-0,46	-0,21	0,39	0,44	-0,45	-0,10	-0,84	-0,50	0,42
0,28	0,22	-0,35	0,00	0,13	-0,10	0,29	0,14	-0,20	-0,12	0,13	0,12
-0,09	-0,12	0,01	-0,12	-0,40	0,26	0,06	-0,13	0,38	-0,23	-0,44	0,87
0,87	0,47	-0,87	-0,64	-0,52	0,51	0,67	-0,45	-0,12	-0,73	-0,62	0,40
0,04	0,20	0,33	-0,62	0,25	-0,27	-0,09	0,07	-0,20	0,13	0,04	-0,22
0,31	0,15	-0,69	-0,52	0,24	0,37	0,99	-0,08	-0,16	-0,58	0,62	0,13
0,58	0,51	-0,77	-0,93	-0,41	0,43	0,48	0,08	0,19	0,24	-0,06	1
-0,74	-0,61	0,96	0,74	0,57	0,65	0,75	0,89	0,08	0,67	1	
8	0,52	-0,62	-0,28	-0,48	0,39	0,44	-0,11	-0,11	1		
0,59	0,48	-0,17	-0,71	-0,58	0,44	0,58	-0,57	1			
-0,58	-0,42	-0,92	0,83	0,68	0,43	0,46	1				
0,61	0,48	-0,06	-0,68	-0,66	0,52	1					
0,94	0,79	-0,45	-0,48	-0,60	1						
-0,58	-0,54	0,67	0,62	1							
-0,68	-0,76	0,95	1								
-0,93	0,07	1									
0,61	1										