

---

## *Психодиагностика*

---

### **ВЛИЯНИЕ ФОРМЫ ТЕСТОВЫХ ИНТЕРПРЕТАЦИЙ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЙ СПЕЦИАЛИСТАМИ ПО ПОДБОРУ ПЕРСОНАЛА**

**А.С. НАУМЕНКО**

---

#### **Резюме**

*В статье обсуждаются подходы к изучению влияния формы представления информации на ее восприятие реципиентом. Приведена экспериментальная классификация форм тестовых интерпретаций (ТИ) или диагностических заключений. В проведенном автором исследовании выявлены отдельные, зависящие от смыслового контекста диагностических заключений, но все же статистически значимые различия, которые подтверждают возможность влияния формы ТИ на принятие решений кадровыми специалистами. На основании анализа качественных и количественных данных сформулированы тенденции восприятия ТИ (эффекты Барнума, эмоциональной реакции и зрительной инерции), которые предстоит подтвердить или скорректировать в последующих исследованиях.*

---

Настоящее исследование посвящено проблеме, имеющей не только прикладное, но и определенное научное значение. Например, изучая в прикладных целях влияние формально-структурных параметров рекламных сообщений (цвета, графики, текстовых шрифтов, композиции, слоганов) на поведение реципиента, исследователь пополняет копилку научных знаний в области не только психологии рекламы, но и психологии принятия решений. Так и в дан-

ном случае, поставив перед собой, казалось бы, чисто прикладную задачу повышения эффективности донесения психодиагностической (тестовой) информации до ее потребителя, мы изучаем при этом, как воздействует качественная (семантическая) и количественная информация на решения, принимаемые человеком на ее основе.

В современных организациях для оценки личностных, интеллектуальных, деловых и иных характеристик

персонала психологическое тестирование используется довольно часто: и при приеме кандидатов на работу, и для плановой и индивидуальной аттестации сотрудников, и при формировании «команды» (сплоченной малой группы исполнителей), и при оценке психологического климата, и при планировании нововведений, внедрении управленческих изменений и т. п.

Проблемы, связанные с различными вариантами анализа и учета результатов тестирования, стали особенно актуальны при появлении и распространении технологий компьютерной психодиагностики (или профдиагностики в случае квалификационных тестов), делающих проведение тестирования массовым явлением. Сотни и тысячи кандидатов проходят тестирование при подаче заявок на вакансии, и специалистам по подбору персонала приходится просматривать не только резюме, но и результаты тестирования нескольких десятков испытуемых едва ли не каждый день. Технологии компьютерной психодиагностики в настоящее время позволяют автоматически порождать (генерировать) диагностические заключения и в количественной (в виде профилей), и в качественной форме (в форме текстовых заключений).

При правильном использовании результаты психологического тестирования могут быть чрезвычайно полезны в качестве одного из аргументов для принятия управленческих

решений. К сожалению, далеко не всегда тестирование используется эффективно: опыт многих российских компаний показывает<sup>1</sup>, что результатам диагностики уделяется недостаточно внимания и на дальнейшую судьбу сотрудников в организации они влияют редко. Вероятно, в ряде случаев это может быть связано с какими-то причинами внутри организаций, проводящих тестирование, а не с тестами или тестовыми интерпретациями как таковыми. Но всегда ли только внешние по отношению к тестированию факторы мешают его полноценному использованию в рамках организации? Можно ли путем изменения формы подачи информации (результатов тестирования) повысить эффективность ее использования и степень ее воздействия на организационные процессы?

Наше исследование посвящено анализу различных форм представления результатов тестирования и их влияния на принятие решений кадровыми специалистами в определенном типе ситуаций — на этапе начального профподбора, выбора кандидатов по материалам заочной письменной информации (заявок, резюме, рекомендаций и т. п.).

### **Исследования формы представления психодиагностической информации**

Несмотря на широкое распространение тестирования, во всем мире

---

<sup>1</sup>Об этом свидетельствуют результаты как свободных дискуссий, так и более структурированных социологических опросов специалистов, которые постоянно проводятся на популярных Интернет-сайтах для кадровых менеджеров — [www.hrm.ru](http://www.hrm.ru), [www.e-xecutive.ru](http://www.e-xecutive.ru), [www.ht.ru](http://www.ht.ru) и др.

проводится крайне мало исследований, изучающих представление данных тестирования (тестовые интерпретации, ТИ). Российские психологи Т.Ю. Базаров и Б.Л. Еремин отмечают, что на эффективность использования экспертного заключения, составленного на основании кадровой диагностики, влияют структура изложения результатов и терминология, используемая для описания (Базаров, Еремин, 2002). На основании собственного консультационного опыта авторы формулируют несколько общих рекомендаций по построению постдиагностических отчетов. По большому счету этим и ограничивается обсуждение влияния формы ТИ на принятие организационных решений в научных кругах — исследований, аналогичных спланированному нами, в отечественной психологической литературе мы не находим<sup>2</sup>.

Ретроспективные обзоры литературы по этой теме зарубежных авторов Р. Гуд'яна (Goodyear, 1990), Х. Тинсли и С. Чу (Tinsley, Chu, 1999), У. Хэнсона и Ч. Клэйборна (Hanson, Claiborn, 2006) насчитывают, соответственно, по 44, 65 и 75 исследований, посвященных ТИ. Причем в большинстве из этих исследований анализируются эффекты ТИ, а не их возможные формы. Среди немногочисленных исследований,

посвященных именно анализу формы подачи информации, по объекту исследования и типам используемых переменных нашей теме наиболее близки следующие три.

В исследовании У. Хэнсона, Ч. Клэйборна и Б. Керра (Hanson et al., 1997) изучались различия между двумя стилями предоставления обратной связи по результатам тестирования. В одном варианте консультант старался вовлечь клиента в анализ его данных, побудить его самого размышлять над полученными результатами (активная обратная связь), в другом просто сообщал результаты, не вовлекая клиента в процесс самостоятельной интерпретации (пассивная обратная связь). Гипотеза о том, что активная обратная связь будет вызывать у клиентов больше когнитивных реакций (релевантных мыслей, размышлений, касающихся результатов пройденного тестирования, и т. д.), не подтвердилась.

Почти через 10 лет, в 2006 г., У. Хэнсон и Ч. Клэйборн решили повторить и расширить свое исследование (Hanson, Claiborn, 2006). На этот раз они варьировали два фактора — стиль и содержание ТИ. Как и в исследовании 1997 г., авторы изучали два стиля ТИ — активный и пассивный. У. Хэнсон и Ч. Клэйборн фиксировали то, как клиенты думают о своих результатах, и то, как они

---

<sup>2</sup>Известное нам исключение — неопубликованное исследование конца 1980-х годов А.С. Соловейчика (под руководством А.Г. Шмелева), показавшее, что на принятие или отвержение диагностической информации самим испытуемым (в ходе особого постдиагностического диалога) влияют и содержание самооценки (Я-образа), и устройство системы личностных конструктов (второе более косвенно). Однако задачи и контекст настоящего исследования следует признать совершенно иными, поэтому подробно на обсуждении исследования А.С. Соловейчика мы останавливаться не будем.

воспринимают сеанс консультации и самого консультанта в зависимости от выбранного им стиля интерпретации результатов. Авторы предположили, что активная обратная связь вызовет больше размышлений о результатах теста, чем пассивная, и что активная обратная связь вызовет больше положительных эмоций по отношению к самой консультации и консультанту. Что касается содержания ТИ, то здесь варьировалась степень «приятности» ТИ для клиента: часть испытуемых получала исключительно позитивную обратную связь, часть — смешанную (позитивную плюс потенциально негативную). Положительная обратная связь, по предположению авторов, должна была вызывать у клиентов больше доверия и принятия, чем смешанная.

Первая гипотеза исследования не подтвердилась: как и в 1997 г., активная обратная связь вызвала не больше релевантных размышлений, чем пассивная. Гипотеза о том, что активная обратная связь вызовет больше положительных реакций по отношению к консультации и консультанту, также не подтвердилась (хотя этот результат, по мнению авторов, противоречит данным предыдущих исследований и может быть объяснен внешними причинами). Подтвердилась лишь третья гипотеза — о предпочтительности положительных ТИ по сравнению со смешанными.

Объектом изучения Д. Пенроуза в его исследовании 1973 г. (Penrose, 1973) являлась последовательность информации в резюме, а не представление тестовых данных. Тем не менее это исследование также представляет для нас интерес как попытка фиксации влияния формы на оценку резюме.

В качестве стимульного материала Д. Пенроуз использовал вымышленные данные 6 студентов университета Техаса. Для каждого студента было составлено по два резюме, отличающихся местоположением раздела «Ключевые навыки»: в одном резюме он располагался в самом начале, во втором — в самом конце. Всего было сформировано 12 наборов по 6 резюме, среди которых было по 3 резюме первого и второго типов. Эксперты относили каждое резюме в одну из 5 групп: лучшие 20% кандидатов, с которыми я когда-либо проводил собеседование, средние верхние 20%, средние 20%, средние нижние 20% или худшие 20%. Также эксперты отвечали на несколько вопросов, касающихся информации, которую они запомнили из каждого резюме. Было показано, что последовательность информации в резюме не влияет на его оценку экспертами.

Результаты описанных исследований наводят на следующие соображения. Несмотря на то, что гипотеза о наличии различий в восприятии разных форм информации, казалось бы, обладает высокой экологической (очевидной) валидностью, различия эти, если и существуют, поддаются фиксации с известным трудом. По крайней мере, в естественном контексте консультации или оценки резюме экспертами по персоналу. В связи с этим в целях нашего исследования мы решили начать с пилотажного проекта, в котором предполагали «нащупать» определенные тенденции, которые впоследствии можно будет более подробно и тщательно изучить. Тем самым мы избрали стратегию поискового исследования на малых выборках, позволяющую

вносить коррективы в стимульный материал и экспериментальный план, если выяснится, что они не приносят интересных результатов.

### Предмет настоящего исследования

В «классических» исследованиях ТИ объектом изучения являются восприятие ТИ тестируемым или эффекты ТИ – позитивные изменения в уровне самооценки (Finn, Tonsager, 1992; Newman, Greenway, 1997), принятия и понимания себя (Dressel, Matteson, 1950; Rogers, 1954), повышение уверенности в правильности собственного профессионального выбора (Rubinstein, 1978), активизация поисков возможных путей карьерного развития (Hoffman, Spokane, Magoon, 1981; Randahl, Hansen, Haverkamp, 1993). Иными словами, изучается *психологическая эффективность* ТИ, или способность ТИ оказывать влияние на клиента, прошедшего тестирование. В нашем исследовании мы анализируем *организационную эффективность* ТИ, т. е. ее способность оказывать влияние на принятие организационного или управленческого решения специалистом, анализирующим результаты тестирования клиента.

### Классификация ТИ

Как уже было отмечено, исследований, посвященных формам ТИ,

очень немного, поэтому нет и единой устоявшейся классификации форм ТИ (Науменко, 2005). Подобные классификации скорее можно обнаружить в каталогах коммерческих компаний, продающих тестовые технологии, чем в академических исследованиях по этой проблематике. Главным образом различают «текстовые отчеты» (заключение, портрет, характеристика) и «профили» качеств, представленные в виде таблиц или гистограмм (Базаров, Еремин, 2002).

В связи с отсутствием большого выбора теоретически обоснованных классификаций в целях нашего исследования мы использовали собственную. Мы выделили два измерения:

- 1) качественная (текстовое описание) vs. количественная (шкальный профиль) ТИ,
- 2) ТИ в терминах психологических черт vs. ТИ в терминах поведенческих индикаторов (компетенций)<sup>3</sup>.

Путем полной комбинаторики двух независимых измерений мы получили 4 типа ТИ:

- 1) текстовое описание в терминах психологических черт,
- 2) шкальный профиль в терминах психологических черт,
- 3) текстовое описание в терминах компетенций,
- 4) шкальный профиль в терминах компетенций.

---

<sup>3</sup>Разумеется, автор отдает себе отчет в том, что различение «психологические черты – компетенции» несколько выводит исследование из строгих логических рамок изучения «формы», но высокая прикладная значимость (и даже известная мода) самого понятия «компетенции» не позволяет проигнорировать этот значимый параметр при формировании диагностического заключения.

## Теоретические основания гипотез

### *Модель наиболее вероятного пути обработки сообщения*

В теоретическом плане организационную эффективность ТИ можно связать с моделью наиболее вероятного пути обработки сообщения (Elaboration Likelihood Model, ELM), разработанной Р.Е. Петти и Д.Т. Качиоппо (Petty, Cacioppo, 1986). Это модель, дающая объяснение тому, каким образом происходит восприятие информации. Реципиент может старательно и осознанно обдумывать информацию, поданную в сообщении, и на основании этой деятельности менять свое отношение к описанным явлениям, событиям или людям. Это центральный путь обработки информации. Другой вариант — периферийный путь, когда отношение к прочитанному или услышанному формируется и изменяется без процесса активного осмысления, только за счет периферийных, второстепенных элементов (например, надежность источника информации, квалификация коммуникатора, симпатия к коммуникатору и т. д.). Вероятность изменения первоначальных установок реципиента на основании анализа информации при центральном способе переработки существенно выше, чем при периферийном.

Применительно к нашему контексту можно сказать: чтобы кадровый специалист воспринял информацию и учел ее при принятии решения, надо, чтобы ее переработка пошла по центральному пути. Один из способов увеличения вероятности центрального способа переработки ин-

формации — повышение релевантности сообщения. Компетенции (бизнес-индикаторы поведения профессионала в рамках выполнения своих трудовых функций) более релевантны организационному контексту, нежели психологические черты. В бизнес-характеристике кандидата явным образом прописаны виды деятельности, в которых он будет наиболее успешен или неуспешен. Поэтому мы предполагаем, что кадровым специалистам будет проще воспринимать и делать выводы на основе ТИ, выраженных в терминах компетенций, нежели ТИ в терминах психологических черт. Иными словами, наша первая гипотеза — наличие различий в восприятии ТИ в терминах компетенций и ТИ в терминах психологических черт.

### *Восприятие вероятностной информации*

Психологическое тестирование — это во многом попытка вывести суждения о вероятности различных событий (перехода клиента в определенное состояние, получения определенного эффекта, совершения клиентом выбора в пользу одной из альтернатив, наличия у испытуемых интересующих исследователя свойств, поведения определенного рода в конкретной ситуации и др.). Например, психолог предсказывает, что клиент, скорее всего, получит удовлетворение от данного рода занятий, что ребенок вряд ли сможет выдержать нагрузки обычной школы, что пациент может попытаться покончить с собой, что клиент, вероятно, стал жертвой насилия в детском возрасте, что испытуемый при определенных

условиях может стать агрессивным, что у пациента время от времени могут случаться галлюцинации или что люди с таким профилем личности встречаются очень часто.

Психологическая тестовая шкала, будучи количественным инструментом, суть попытка количественного (графического, градуального) выражения такого рода вероятностей. Текстовый формат ТИ — это попытка словесного выражения этих вероятностей (Goldman, 1973), которое либо применяет известный ограниченный набор слов-квантификаторов (выражения «вряд ли», «может», «скорее всего», «возможно», «вероятно», «часто», «редко», «иногда» и т. д.), либо вообще превращает прогноз в бинарные суждения типа «будет — не будет» (будет справляться, не будет справляться).

Согласно многочисленным исследованиям, вероятностная информация, содержащаяся в ТИ, как профессиональными консультантами, так и обычными людьми понимается по-разному (Bass et al., 1974; Beyth-Marom, 1982; Brun, Teigen, 1992; Budescu, Wallsten, 1985; Clarke et al., 1992; Foley, 1959; Johnson, 1973; Lichtenberg, Hummel, 1998; Lichtenstein, Newman, 1967; Ness, 1995; Simpson, 1944, 1963; Wallsten et al., 1986). В исследованиях показаны не только значительные различия между суждениями разных людей, но и большая вариативность между суждениями одного и того же человека.

Дж. Лихтенберг и Т. Гуммель, изучавшие понимание экспертами-психологами ТИ, содержащих вероятностную информацию, пришли к выводу, что для единообразного понимания ТИ количественные вы-

ражения вероятности гораздо более предпочтительны, чем словесные (Lichtenberg, Hummel, 1998). Аналогичным образом рассуждают и Т.Ю. Базаров с Б.Л. Ереминым, полагающие, что в случае содержательного описания (психологического портрета, характеристики) значительно увеличивается время, необходимое для восприятия и понимания результата, а также усложняется процесс сравнения результатов различных людей между собой (Базаров, Еремин, 2002).

Опираясь на данные этих авторов, мы предположили, что кадровые специалисты будут по-разному воспринимать ТИ в форме шкального профиля (количественное выражение вероятностей) и в форме текста (вербальное выражение вероятностей). Это вторая гипотеза нашего исследования.

### **Методика и процедура исследования**

Методологически в нашем исследовании мы использовали так называемый смешанный подход (mixed methods — Hanson et al., 2005), предполагающий сбор качественной и количественной информации в рамках одного исследования. Мы отдали предпочтение параллельной вложенной структуре исследования (concurrent nested research design — Hanson et al., 2005), т. е. сбор качественных и количественных данных происходил одновременно.

### *Участники*

В нашем исследовании было два типа участников — испытуемые и

эксперты. В качестве испытуемых выступили 5 специалистов с высшим образованием и небольшим (до 5 лет) опытом работы, претендующих на вакансию бизнес-аналитика. Каждый из испытуемых прошел тестирование по методике 16 РФ<sup>4</sup> и предоставил его результаты и свое резюме для анализа.

В роли экспертов выступили специалисты по подбору персонала. Всего 51 человек — 9 мужчин и 42 женщины (что в целом отражает специфику половозрастной структуры занятости в данной профессии), в возрасте от 21 года до 37 лет ( $M = 25.9$ ,  $SD = 3.6$ ) со стажем работы в качестве специалиста по подбору персонала от 1 года до 15 лет ( $M = 3.5$ ,  $SD = 2.5$ ).

### Процедура

По каждому испытуемому было составлено 4 отчета, состоящих из резюме и данных тестирования, представленных в одной из 4 обозначен-

ных выше форм (текстовое описание в терминах психологических черт, шкальный профиль в терминах психологических черт, текстовое описание в терминах компетенций, шкальный профиль в терминах компетенций). Далее было сформировано 4 набора по 5 отчетов таким образом, чтобы все наборы содержали по одному резюме каждого из кандидатов, а также чтобы внутри набора присутствовали все возможные типы представления психодиагностической информации. Более наглядно комбинации форм ТИ, использованные для каждого испытуемого, представлены в табл. 1.

Экспертам было предложено оценить кандидатов по степени соответствия вакансии бизнес-аналитика на основании данных резюме и тестирования, присвоив ранг 1 тому, кого они пригласили бы на собеседование в первую очередь, 5 — тому, кого позвали бы последним.

В нашем исследовании мы стремились воспроизвести естественную

Табл. 1

Комбинации форм ТИ, использованные в исследовании

Испытуемый № набора	ДА	БК	ГА	ПТ	ЛИ
1	профиль черты	текст черты	профиль компетенции	текст компетенции	профиль черты
2	текст черты	профиль компетенции	текст компетенции	профиль черты	текст черты
3	профиль компетенции	текст компетенции	профиль черты	текст черты	профиль компетенции
4	текст компетенции	профиль черты	текст черты	профиль компетенции	текст компетенции

<sup>4</sup>Модификация известного американского теста 16PF, основанная на оригинальной системе 15 русскоязычных личностных факторов (Шмелев, 2002).



ситуацию принятия решения специалистами по подбору персонала, поэтому о настоящем предмете изучения экспертам не сообщали и не акцентировали специально внимание на форме представления данных. Каждый эксперт получал один набор отчетов и мог видеть только один вариант отчета по конкретному испытуемому. Каждый набор был оценен следующим числом экспертов: 1 — 12 экспертов, 2 — 12 экспертов, 3 — 14 экспертов, 4 — 13 экспертов.

Помимо ранжирования, эксперты отвечали на 3 вопроса анкеты по каждому из кандидатов: 1) «Почему Вы оценили кандидата именно так? На какую информацию Вы опирались в первую очередь при принятии решения?», 2) «Повлияли ли на Ваше решение данные тестирования? Каким образом?», 3) «Следует ли кандидату представить работодателю данные тестирования при поиске работы? Почему?»

### Результаты

Подсчет результатов происходил в два этапа: 1) определение согласованности экспертных оценок по 4 наборам отчетов, 2) анализ различий между разными формами отчетов по одному и тому же испытуемому. На первом этапе было определено, что оценки по всем наборам согласованы (коэффициент конкордации Кендалла  $W = 0.83$ ). На втором этапе были обнаружены значимые различия (по  $t$ -критерию Стьюдента) на уровне значимости  $p < 0.05$  между отчетами по четырем испытуемым:

1) испытуемый ДА был оценен ниже по текстовым характеристикам в терминах психологических черт,

чем по шкальным профилям в терминах психологических черт;

2) испытуемый БК был оценен ниже по профилям в терминах компетенций, чем по профилям в терминах психологических черт;

3) по испытуемому ГА профиль в терминах компетенций был оценен выше, чем текст в терминах психологических черт, текст в терминах компетенций был оценен выше, чем профиль в терминах психологических черт, и выше, чем текст в терминах психологических черт;

4) испытуемая ЛИ была оценена по профилю в терминах психологических черт ниже, чем по профилю в терминах компетенций.

По другим формам отчетов у испытуемой ПТ значимых различий обнаружено не было, то есть мы можем говорить лишь о частичном подтверждении гипотез.

### Обсуждение результатов

#### *Анализ предпочтений экспертов*

Анализ комментариев экспертов свидетельствует о том, что большинство из них в первую очередь опирается на биографические данные и лишь потом принимает во внимание результаты тестирования. Вероятно, в определенной степени это обусловлено тем, что в своей повседневной работе специалисты по подбору персонала гораздо чаще сталкиваются с резюме кандидатов, чем с психодиагностической информацией. На фоне больших ежедневных информационных потоков они пытаются минимизировать для себя работу, свести ее к той информации, которая для них более привычна и поэтому более

информативна. Кроме того, несколько экспертов отметили, что, выполняя задание, поставили себя в позицию внешнего консультанта, целью которого обычно является оценка профессионального опыта, а не психологических качеств кандидата, например:

«Я оценивала кандидатов с позиции внешнего рекрутера, а во внешнем рекрутменте не стоит задача оценить личностные качества человека или его соответствие корпоративной культуре той компании, для которой мы его ищем. Внешний рекрутер больше смотрит на опыт, потому что «искомый» психологический профиль будет сильно зависеть от корпоративной культуры организации, в которой он не может досконально разбираться».

Недостаточность информации в резюме (а у одного из кандидатов оно было предельно кратким) вынуждала экспертов больше внимания обращать на психологическую характеристику, например:

«При отсутствии подходящего опыта в резюме больший упор при анализе делал на данные тестирования».

Несмотря на то, что мы намеренно не обращали внимания экспертов на форму представления данных, некоторые из них отмечали удобство одних форм или даже чаще неудобство других. Наименее удачной формой, по общему мнению, является шкальный профиль (неважно, в терминах черт или в терминах компетенций), например:

«Результаты теста представлены невнятно. Просто лень было изучать эти шкалы. Гораздо лучше "готовый текст"».

«Представленные данные читаются плохо и требуют сосредоточения, изучения и анализа. Лучше, если в конце будут выводы».

Надо заметить, что эти данные хорошо соотносятся с впечатлением, которое можно получить на основе анализа дискуссий и социологических опросов на форумах кадровиков в сети Интернет: российские специалисты отдают предпочтение качественной, а не количественной информации. Возможно, потому, что многие из них — женщины, у которых вербальный интеллект, как известно, несколько лучше развит, чем нумерический. В то же время эти же самые данные, казалось бы, противоречат модели Дж. Лихтенберга и Т. Гуммеля (Lichtenberg, Hummel, 1998) и рассуждениям Т.Ю. Базарова и Б.Л. Еремина (Базаров, Еремин, 2002), полагающих, что количественная информация проще для понимания, нежели качественная.

Но действительно ли это противоречие? На самом деле речь идет о двух, далеко не всегда связанных понятиях: предпочтении и легкости восприятия. С большой долей уверенности можно сказать, что российские специалисты по подбору персонала *предпочитают* работать с вербальной информацией, однако это не означает, что она *легче* поддается анализу. Быть может, дело в привычке, и необходимость анализировать профильную диаграмму просто вызывает нежелание «возиться» с малознакомыми вещами, а отсюда и недовольство формой представления информации.

Разумеется, наше предположение о необходимости разведения понятий и явлений эффективности представления ТИ и удовлетворенности от работы с ТИ нуждается в дополнительной проверке и статистическом подтверждении.

### *Анализ статистических различий*

Статистические различия, обнаруженные между оценками отчетов по кандидатам БК и ГА, свидетельствуют о том, что эксперты по-разному воспринимают ТИ, сформулированные в терминах психологических черт и в терминах компетенций. Интересно, что БК был оценен экспертами «выше» по психологическим чертам, а ГА — наоборот, был оценен выше по компетенциям.

Обратившись к комментариям экспертов, мы обнаружили, что по отчетам в терминах черт они характеризовали БК как приятного человека, «хорошего парня», а ГА, напротив, — как «мерзкого типа», «торгаша», «лавочника», «человека, с которым вообще неприятно работать». А в одном случае эксперт отметил: «Как психологу мне было бы очень интересно пообщаться с таким человеком, но как работодателю — нет». Кандидаты были явно восприняты с точки зрения их общечеловеческих качеств, здесь ярко проявилось эмоциональное отношение экспертов к соискателям как к личностям. При анализе характеристик в терминах компетенций проявлений эмоций со стороны экспертов замечено не было. Эксперты рассуждали лишь о профессиональной пригодности кандидатов, и общечеловеческая «приятность» или «неприятность» последних на оценку не влияли.

Все это позволяет сформулировать первую тенденцию восприятия ТИ экспертами:

1) ТИ (как текстовые описания, так и профили) в терминах психологических черт подталкивают эксперта к восприятию кандидата с точки зре-

ния его общечеловеческих свойств. В сознании эксперта складывается психологический портрет личности кандидата, а дальше срабатывает эффект ореола: если сложившийся образ эмоционально приятен, то профессиональные качества кандидата оцениваются более высоко, и, наоборот, неприятная психологическая характеристика провоцирует более низкие оценки профессионализма. ТИ в терминах компетенций переносят эксперта в рабочую плоскость и не вызывают выраженных эмоциональных реакций, которые могут мешать адекватной оценке профессиональной пригодности кандидата.

Обратившись к комментариям экспертов, по-разному оценивших кандидата ДА по текстам и шкальным профилям, мы заметили следующее. Эксперты, анализировавшие текстовые характеристики, обратили внимание на некоторую противоречивость данных истораживающие моменты и поставили кандидату более низкие оценки. Эксперты, мельком проглядевшие профиль, ничего «подозрительного» не заметили и оценили кандидата выше: «Результаты тестирования расположились по большей части на стороне "сильного" полюса, что подчеркнуло сильный характер».

Эту вторую тенденцию восприятия ТИ мы назвали «зрительной инерцией»:

2) Профиль, содержащий много высоких баллов, воспринимается как «сильный», «хороший», «позитивный», несмотря на то, что некоторые шкалы 16РФ имеют «обратный» знак: например, контактность — застенчивость (высокий полюс социально

менее позитивен), социальная гибкость — социальная ригидность (высокий полюс менее позитивен), уступчивость — конфликтность (высокий полюс менее позитивен).

Многие эксперты, работавшие с профилем ЛИ в терминах компетенций, сетовали на то, что средние результаты не дают им возможности делать какие-либо определенные выводы о профессиональной пригодности испытуемой. Однако эксперты, анализировавшие текстовый отчет, как правило, не замечали того, что все суждения в характеристике носят «усредненный» характер. Эту тенденцию мы приписали эффекту Барнума.

3) Средние результаты (попадание испытуемого в среднюю группу) по тесту и, следовательно, невозможность сделать какие-то определенные выводы, замечаются экспертами только при анализе профилей, наглядно (зрительно) демонстрирующих это. При анализе текстовых описаний, соответствующих «средним» профилям, срабатывает эффект Барнума: тексты воспринимаются как «истинные» и позволяющие прогнозировать поведение человека в различных ситуациях. Это, кстати, может быть аргументом «в защиту» Дж. Лихтенберга с Т. Гуммелем и Т.Ю. Базарова с Б.Л. Ереминым (см.

выше): количественная информация воспринимается более точно и легко, чем качественная.

### Заключение

Проведенное нами исследование позволило выявить ряд тенденций, характеризующих восприятие тестовых интерпретаций специалистами по подбору персонала. Продемонстрировать статистически значимые различия между восприятием различных форм ТИ во всех случаях нам не удалось, поэтому на данном этапе мы можем говорить лишь о присутствии эффекта более высокого порядка. Этот эффект свидетельствует не о прямом влиянии определенных параметров стимула на решения экспертов, а об «опосредованном», «контекстно-зависимом». В нашем случае то, будет или не будет форма ТИ влиять на решения экспертов, зависело от самих тестовых данных — степени подробности резюме, конкретных баллов по тесту и т. д.

Тем не менее обнаруженные статистические различия и анализ качественных данных вселяют оптимизм. Мы планируем продолжать исследования в данном направлении, следующим этапом станет попытка количественной проверки выявленных тенденций восприятия ТИ в рамках другого экспериментального плана.

### Литература

Базаров Т.Ю., Еремин Б.Л. Управление персоналом. М., 2002.

Науменко А.С. Классификация различных способов предъявления психодиагностической информации // Дружининские

чтения: Материалы 4-й международной научно-практической конференции, г. Сочи, 5–7 мая 2005 г. Сочи, 2005. С. 163–164.

Шмелев А.Г. Психодиагностика личностных черт. СПб.: Речь, 2002.

- Bass V.M., Cascio W.F., O'Connor E.J.* Magnitude estimations of expressions of frequency and amount // *Journal of Applied Psychology*. 1974. 59. 313–320.
- Beuth-Marom R.* How probable is probable? A numerical translations of verbal probability expressions // *Journal of Forecasting*. 1982. 1. 257–269.
- Brun W., Teigen K.H.* Verbal probabilities: Ambiguous, context-dependent, or both? // *Organizational Behavior and Human Decisions Processes*. 1988. 41. 390–404.
- Budescu D.V., Wallsten T.S.* Consistency in interpretation of probabilistic phrases // *Organizational Behavior and Human Decisions Processes*. 1985. 36. 391–405.
- Clarke V.A., Ruffin C.L., Hill D.J., Beamen A.L.* Ratings of orally presented verbal expressions of probability by a heterogeneous sample // *Journal of Applied Social Psychology*. 1992. 22. 638–656.
- Dressel P.L., Matteson R.W.* The effect of client participation in test interpretation // *Educational and Psychological Measurement*. 1950. 10. 693–706.
- Finn S.E., Tonsager M.E.* Therapeutic effects of providing MMPI-2 test feedback to college students awaiting therapy // *Psychological Assessment*. 1992. 4. 278–287.
- Foley B.J.* The expression of certainty // *American Journal of Psychology*. 1959. 72. 614–615.
- Goldman L.* The use of tests in counseling. New York: Appleton-Century-Crofts, 1973.
- Goodyear R.K.* Research on the effects of test interpretation // *The Counseling Psychologist*. 1990. 18. 240–257.
- Hanson W.E., Claiborn C.D., Kerr B.* Differential effects of two test interpretation styles in counseling: A field study // *Journal of Counseling Psychology*. 1997. 44. 400–405.
- Hanson W.E., Creswell J.W., Clark V.L.P., Petska K.S., Creswell J.D.* Mixed Methods Research Designs in Counseling Psychology // *Journal of Counseling Psychology*. 2005. 52. 2. 224–235.
- Hanson W.E., Claiborn C.D.* Effects of Test Interpretation Style and Favorability in the Counseling Process // *Journal of Counseling & Development*. 2006. Vol. 84. 349–357.
- Hoffman M.A., Spokane A.R., Magoon T.M.* Effects of feedback mode on counseling outcomes using the Strong-Campbell Interest Inventory: Does the counselor really matter? // *Journal of Counseling Psychology*. 1981. 28. 119–125.
- Johnson E.M.* Encoding of qualitative expressions of uncertainty (Technical paper № 250). Arlington, VA: U.S. Army Research Institute for the Behavioral and Social Sciences, 1973.
- Lichtenberg J.W., Hummel T.J.* The Communication of Probabilistic Information through Test Interpretations. Paper presented as part of a symposium at the American Psychological Association Annual Convention. 106th, San Francisco, CA, August 14–18, 1998.
- Lichtenstein S., Newman J.R.* Empirical scaling of common verbal phrases associated with numerical probabilities // *Psychonomic Science*. 1967. 9. 563–564.
- Ness M.E.* Ordinal positions and scale values of probability terms as estimated by three methods // *Measurement and Evaluation in Counseling and Development*. 1995. 28. 152–161.
- Newman M.L., Greenway P.* Therapeutic effects of providing MMPI-2 test feedback to clients at a university counseling center: A collaborative approach // *Psychological Assessment*. 1997. 9. 122–131.
- Penrose J.M.* Does Order Make a Difference in Resumes? // *Journal of Business Communication*. 1973. 10. 15. 15–19.
- Petty R.E., Cacioppo J.T.* The elaboration likelihood model of persuasion // *Advances*

in *Experimental Social Psychology*. 1986. 19. 123–205.

*Randahl G.J., Hansen J.C., Haverkamp B.E.* Instrumental behaviors following test administration and interpretation: Exploration validity of the Strong Interest Inventory // *Journal of Counseling & Development*. 1993. 71. 435–439.

*Rogers L.B.* A comparison of two kinds of test interpretation interview // *Journal of Counseling Psychology*. 1954. 1. 224–231.

*Rubinstein M.R.* Integrative interpretation of vocational interest inventory results // *Journal of Counseling Psychology*. 1978. 25. 306–309.

*Tinsley H.E.A., Chu S.* Research on test and interest inventory interpretation out-

comes // M.L. Savickas, R.A. Spokane (eds.). *Vocational interests: Meaning, measurement, and counseling use*. Palo Alto, CA: Davies-Black. 1999. 257–276.

*Simpson R.H.* The specific meanings of certain terms indicating differing degree of frequency // *The Quarterly Journal of Speech*. 1944. 30. 328–330.

*Simpson R.H.* Stability in meanings for quantitative terms: A comparison over 20 years // *The Quarterly Journal of Speech*. 1963. 49. 146–151.

*Wallsten T.S., Fillenbaum S., Cox J.A.* Base rate effects on the interpretation of probability and frequency expressions // *Journal of Memory and Language*. 1986. 25. 571–587.

**Науменко Анна Сергеевна, Московский государственный университет  
им. М.В. Ломоносова, аспирант**  
Контакты: anna-naumenko@inbox.ru