Тема: Мотивація поведінки особистості

План

1.Мотиваційна сфера особистості

2.Поняття самомотивації

3. Підходи до класифікації мотивів.

1.Мотиваційна сфера особистості

У мотиваційній сфері виділяються:

- мотиваційна система особистості - загальна (цілісна) організація всіх спонукальних сил діяльності, що лежать в основі поведінки людини, яка включає в себе такі компоненти, як потреби, власне мотиви, інтереси, потяги, переконання, мету, установки, стереотипи, норми, цінності і інші.;

- мотивація досягнення - потреба в досягненні високих результатів поведінки і задоволенні всіх інших потреб;

- мотивація самоактуалізації - вищий рівень в ієрархії мотивів особистості, що перебуває в потребі особистості до найбільш повної реалізації свого потенціалу, в потребі самореалізації себе.

Гідні цілі, перспективні плани, хороша організація будуть малоефективні, якщо не забезпечена зацікавленість виконавців в їх реалізації, т. е. мотивація. Мотивація може компенсувати багато які нестачі інших функцій, наприклад, недоліки в плануванні, але слабу мотивацію практично неможливо чимсь компенсувати.

Успіх в будь-якій діяльності залежить не тільки від здібностей і знань, але і від мотивації (прагнення працювати і досягати високих результатів). Чим вище рівень мотивації і активності, тим більше чинників (т. зв. мотивів) спонукають людину до діяльності, тим більше зусиль він схилений прикладати.

Високомотивовані індивіди більше працюють і, як правило, досягають кращих результатів в своїй діяльності. Мотивація - це один з найважливіших чинників (поряд зі здібностями, знаннями, навиками), який забезпечує успіх в діяльності. Було б невірно розглядати мотиваційну сферу особистості тільки як відображення сукупності її власних індивідуальних потреб. Потреби індивіда пов'язані з потребами суспільства, формуються і розвиваються в контексті їх розвитку. Деякі потреби індивіда можна розглядати як індивідуалізовані суспільні потреби.

У мотиваційній сфері особистості так чи інакше відбиваються і її індивідуальні, і суспільні потреби. Форма відображення залежить від того, яке положення займає індивід в системі суспільних відносин. Мотивування

Мотивування - це процес впливу на людину з метою спонукання його до певних дій за допомогою активізації певних мотивів.

Виділяють два основних типи мотивування:

- зовнішній вплив на людину з метою спонукання його виконувати певні дії, що приводять до бажаного результату. Цей тип нагадує торгову операцію: «Я вам даю, що ви бажаєте, а ви задовольняєте моє бажання»;

- формування певної мотиваційної структури людини як тип мотивування носить виховальний і освітній характер. Його здійснення вимагає великих зусиль, знань, здібностей, але і результати перевершують результати першого типу мотивування. Основні мотиви людини

Виниклі потреби примушують людину активно шукати способи їх задоволення, стають внутрішніми збудниками діяльності, або мотивами. Мотив (від лати. movero - приводити в рух, штовхати) - це те, що рухає живою істотою, ради чого воно тратить свою життєву енергію. Будучи неодмінним «запалом» будь-яких дій і їх «горючим матеріалом», мотив завжди виступав на рівні життєвої мудрості в різних уявленнях про почуття (задоволення або незадоволення і інші) - спонуках, потягах, прагненнях, бажаннях, пристрастях, силі волі і так далі. Мотиви можуть бути різні: інтерес до змісту і процесу діяльності, борг перед суспільством, самоствердження і т. п. Так, вченого до наукової діяльності можуть спонукати наступні мотиви: самореалізація, пізнавальний інтерес, самоствердження, матеріальні стимули (грошова винагорода), соціальні мотиви (відповідальність, прагнення принести користь суспільству). Якщо людина прагне до виконання певної діяльності, можна сказати, що у нього є мотивація. Наприклад, якщо учень старанний в навчанні - у нього мотивація до навчання; у спортсмена, який прагне досягнути високих результатів, - високий рівень мотивації досягнення; бажання керівника всіх підпорядковувати свідчить про наявність високого рівня мотивації до влади.

Мотиви - це відносно стійкі вияви, атрибути особистості. Наприклад, затверджуючи, що певній людині властивий пізнавальний мотив, ми маємо на увазі, що в багатьох ситуаціях у нього виявляється пізнавальна мотивація.

Мотив не може бути пояснений сам по собі. Він може бути зрозумілий в системі тих чинників - образів, відносин, дій особистості, які складають загальний лад психічного життя. Його роль полягає в тому, щоб додати поведінці імпульс і спрямованість до мети.

Спонукаючі чинники можна розподілити на два відносно самостійних класу:

- потреби і інстинкти як джерела активності;

- мотиви як причини, які визначають спрямованість поведінки або діяльності.

Потреба - це необхідна умова будь-якої діяльності, однак потреба сама по собі ще не здатна задати діяльність чіткого напряму. Наприклад, наявність у людини естетичної потреби створює відповідну вибірковість, але це ще не вказує на те, що саме людина буде робити для задоволення цієї потреби. Можливо, він буде слухати музику, а можливий, буде намагатися скласти вірш або написати картину.

Чим розрізнюються поняття потреба і мотив? При аналізі питання, чому індивід взагалі приходить в стан активності, вияви потреб розглядають як джерела активності. Якщо вивчається питання, на що направлена активність, ради чого вибираються саме ці дії, вчинки, то насамперед досліджуються вияви мотивів (як спонукаючих чинників, які визначають напрям діяльності або поведінки). Таким чином, потреба спонукає до активності, а мотив - до направленої діяльності. Можна сказати, що мотив - це спонукання до діяльності, пов'язане із задоволенням потреб суб'єкта. Вивчення мотивів учбової діяльності у школярів виявило систему різноманітних мотивів. Одні мотиви є основними, ведучими, інші - другорядними, побічними, вони не мають самостійного значення і завжди підлеглі ведучим. У одного школяра ведучим мотивом вчення може бути прагнення завоювати авторитет в класі, у іншого - бажання дістати вищу освіту, у третього - інтерес до самих знань.

Як виникають і розвиваються нові потреби? Як правило, кожна потреба опредмечується (і конкретизується) на одному або декількох предметах, які здатні задовольнити цю потребу, наприклад, естетична потреба може визначитися на музиці, а в процесі свого розвитку може визначитися і на поезії, т. е. вже більше предметів можуть її задовольнити. Отже, потреба розвивається в напрямі збільшення числа предметів, які здатні її задовольнити; зміна і розвиток потреб відбувається шляхом зміни і розвитку предметів, які їм відповідають і в яких вони опредмечуються і конкретизуються.

2.Поняття самомотивації

Вмотивувати людину означає торкнутися його важливі інтереси, створити йому умови для реалізації себе в процесі життєдіяльності. Для цього людина щонайменше повинна: бути знайомий з успіхом (успіх - це реалізація мети); мати можливість побачити себе в результатах свого труда, реалізувати себе в труді, відчувати свою значущість.

Але значення діяльності людини полягає не тільки в отриманні результату. Залучати може діяльність сама по собі. Людині може подобатися процес виконання діяльності, наприклад, вияв фізичної і інтелектуальної активності. Подібно фізичній активності, розумова активність сама по собі приносить людині задоволення і є специфічною потребою. Коли суб'єкта спонукає сам процес діяльності, а не його результат, то це свідчить про наявність процесуального компонента мотивації. У процесі навчання процесуальному компоненту відведена дуже важлива роль.

Прагнення подолати трудності в учбовій діяльності, випробувати свої сили і здібності може стати особисто значущим мотивом навчання. У той же час результативна мотиваційна установка грає організаційну роль в детермінації діяльності, особливо якщо її процесуальний компонент (т. е. процес діяльності) викликає негативні емоції. У цьому випадку на перший план виступають цілі, наміри, які мобілізують енергію людини. Постановка цілей, проміжних завдань - це значний мотиваційний чинник, який варто використати. Для розуміння суті мотиваційної сфери (це складу, будови, що має багатомірний і багаторівневий характер, динаміки) необхідно передусім розглянути зв'язки і відносини людини з іншими людьми, враховуючи, що ця сфера формується і під впливом життя суспільства - його норм, правил, ідеології, політики і інші. Один з найважливіших чинників, що визначають мотиваційну сферу особистості, - приналежність людини до якої-небудь групи. Наприклад, підлітки, які цікавляться спортом, відрізняються від своїх однолітків, захопливих музикою. Оскільки будь-яка людина входить в ряд груп і в процесі його розвитку число таких груп зростає, природно, змінюється і його мотиваційна сфера. Тому виникнення мотивів треба розглядати не як процес, витікає з внутрішньої сфери індивіда, а як явище, пов'язане з розвитком його відносин з іншими людьми. Інакше говорячи, зміна мотивів визначається не законами спонтанного розвитку індивіда, а розвитком його відносин і зв'язків з людьми, з суспільством загалом. Мотиви особистості

Мотиви особистості - це потреба (або система потреб) особистості в функції спонукання. Внутрішні психічні спонуки до діяльності, поведінці зумовлені актуалізацією тих або інакших потреб особистості. Діяльності мотиви можуть бути самі різні:

- органічні - направлені на задоволення природних потреб організму і пов'язані із зростанням, самозбереженням і розвитком організму;

- функціональні - задовольняються за допомогою різного роду культурних форм активності, наприклад, заняття спортом;

- матеріальні - спонукають людину до діяльності, направленої на створення предметів домашнього побуту, різних речей і інструментів;

- соціальні - породжують різні види діяльності, направлені на те, щоб поміститися певну в суспільстві, отримати визнання і повагу;

- духовні - лежать в основі тих видів діяльності, які пов'язані з самоудосконалення людини.

Органічні і функціональні мотиви в сукупності складають мотивацію поведінки і діяльність особистості в тих або інакших обставинах і можуть не просто впливати, але змінювати один одну.

Потреби людини виявляються в конкретних формах. Люди можуть по-різному усвідомлювати свої потреби. У залежності від цього мотиви розділяються на емоційні - бажання, хотіння, потяги і т. п. і раціональні - прагнення, інтереси, ідеали, переконання.

Розрізнюють дві групи взаємопов'язаних між собою мотивів життя, поведінки і діяльності особистості:

- генералізовані, зміст яких виражає предмет потреб і відповідно спрямованість спрямувань особистості. Сила цього мотиву зумовлена значущістю для людини предмета його потреб;

- інструментальні - мотиви вибору шляхів, коштів, способів досягнення або реалізації мети, зумовлені не тільки потребнісним станом особистості, але і її підготовленістю, наявністю можливостей успішно діяти по реалізації поставлених цілей в даних умовах. Є і інші підходи

3.Підходи до класифікації мотивів.

Наприклад, по мірі суспільної значущості виділяють мотиви широкого соціального плану (ідеологічні, етнічні, професійні, релігійні і інші.), групового плану і індивідуально-особового характеру. Розрізнюють також мотиви досягнення мети, уникнення невдач, мотиви схвалення, афіліаційні співпраця, партнерство, любов). Мотиви не тільки спонукають людину до дії, але і додають його вчинкам і діям особове, суб'єктивне значення. На практиці важливо враховувати, що люди, здійснюючи однакові за формою і предметними результатами вчинки, нерідко керуються різними, часом протилежними мотивами, надають різне особове значення своїй поведінці, діям. Відповідно до цього і оцінка вчинків повинна бути різною: і етичної, і правової. Види мотивів особистості

До свідомо обгрунтованих мотивів потрібно віднести цінності, переконання, наміри. Цінність

Цінність - це поняття, що використовується в філософії для вказівки на особову, соціально-культурну значущість певних об'єктів і явищ. Цінності особистості утворять систему її ціннісних орієнтацій, елементів внутрішньої структури особистості, що є для неї особливо значущими. Ці ціннісні орієнтації складають основу свідомості і діяльність особистості. Цінність – особисто забарвлене відношення до миру, що виникає на основі не тільки знання і інформації, але і власного життєвого досвіду. Цінності додають значення людського життя. Нескороминуще значення в світі ціннісних орієнтацій людини мають віра, воля, сумнів, ідеал. Цінності - частина культури, що отримується від батьків, сім'ї, релігії, організацій, школи і навколишнього середовища. Культурні цінності - це переконання, що широко підтримуються, що визначають, що бажано і що вірно. Цінності можуть бути:

- самоорієнтованими, які стосуються індивіда, відображають його цілі і загальний підхід до життя;

- орієнтованими іншими, які відображають бажання суспільства, що стосуються взаємовідносин між індивідом і групами;

- орієнтованими навколишнім середовищем, які втілюють уявлення суспільства про бажані взаємовідносини індивіда з його економічним і природним середовищем. Переконання

Переконання - це мотиви практичної і теоретичної діяльності, обгрунтовані теоретичними знаннями і всім світоглядом людини. Наприклад, людина стає вчителем не тільки тому, що йому цікаво передавати знання дітям, не тільки тому, що він любить працювати з дітьми, але і тому, що добре знає, як багато що в створенні суспільства залежить від виховання свідомості. Це означає, що він вибрав свою професію не тільки з інтересу і по схильності до неї, але і по своїх переконаннях. Глибоко обгрунтовані переконання зберігаються протягом всього життя людини. Переконання - найбільш узагальнені мотиви. Однак якщо обобщенность і стійкість - характерні ознаки властивостей особистості, то переконання вже не можна назвати мотивами в прийнятому значенні слова. Чим більш узагальненим стає мотив, тим ближче він до властивості особистості. Намір

Намір - рішення, що свідомо приймається досягнути певній меті з чітким представленням коштів і способів дії. Тут об'єднуються спонукання до дії і планування. Намір організує поведінку людини.

Розглянуті типи мотивів охоплюють лише основні вияви мотиваційної сфери. У реальності існує стільки різних мотивів, скільки можливо відносин людина-середа.

Самомотивація

Самомотивація - це бажання або прагнення людини до чого - або, засноване на його внутрішніх переконаннях; стимул для дії, яку він не хоче здійснити.

Якщо говорити про самомотиваціїю трохи інакше, то можна охарактеризувати її так: Самомотивація - це вплив людини на свій стан, коли мотивація з поза перестає впливати на нього належно. Наприклад, коли у вас що- те не виходить і справи йдуть з рук геть погано, хочеться все кинути, опустити руки, але ви самі для себе знаходите причини продовжувати діяти. Самомотивація дуже індивідуальна, оскільки кожна людина вибирає різні способи для того, щоб вмотивувати себе

Отже, ми прийшли до висновку, що мотивація є ключем до поведінки людини. Не тільки зовнішнє середовище і ситуація визначає стан особистості, але і її внутрішні причини.

Вмотивована на успіх, людина прагне до нього і, як правило, багато працює для досягнення успіху, а для недостатньо мотивованого людини успіх не є таким необхідним, тобто у нього низький рівень розвитку мотивації досягнення.

Мотивовані на невдачу, люди проявляють невпевненість у собі, обтяжене виконуваної роботою. Виконання важких завдань, коли недостатньо часу, викликає у них дискомфорт.

Мотив уникнення невдач, будучи переважним в людини, призводить останнього до заниження самооцінки та рівня домагань. Повторювані невдачі можуть привести таку людину в стан звичної пригніченості, до стійкого зниження віри в себе і до хронічної боязні невдачі.

Автор на собі випробував, що мотивація допомагає у здійсненні планів: хочеться чогось визначеного досягти, а не дуже виходить. Що заважає? Найчастіше це елементарна лінь. Але тут з'являється мета. І починаєш потроху розгойдувати себе, після чого відчуваєш, як всередині тебе з'являється якась батарейка «Енерджайзер» і зупинитися просто неможливо.

Раніше можна було б сказати: якщо чогось то дуже хочеться, то обов'язково здійсниться, тепер скажемо: була хороша мотивація, спрямована на успіх.

Список літератури:

1. Виханский О.С., Наумов А.І. «Менеджмент: людина, стратегія, організація, процес». Л.: 1996.-110с.

2. Єрмаков В.П., Макіев З.Г «Менеджмент» Для студентів ВНЗ.К.: Знання. 2005.-160с.

3. Герчикова І.М. Підручник. - 3-е вид. перероб. і доп. - М.: Банки і біржі, ЮНИТИ, 1997. - 501 с. (486-489)

4. Менеджмент соціальної роботи: Учеб. посібник для студ. Вищ. Учеб. закладів / За ред. Є.І. Комарова і А. І. Войтек. - М.: Гуманіт. вид.центр ВЛАДОС, 1999. - 288 с. (135-137)

5. Кравченко А.І. Історія менеджменту.-Навчальний посібник для студентів ВНЗ. Харків. 2000. –310с.

6. Карнегі Д. Як завоювати друзів та впливати на людей: Пер. з англ. / заг. ред. і предмова Зінченко В.П. і Жукова Ю.М. - К.: Прогрес, 1989.-110с.

7. Розанова В.А. Психологія управління - М.: ЗАТ «Бізнес-школа« Інтел-Синтез », 2000.-140с.

8. Овчаренко Л.К. Управління спілкуванням - Л.: ІНФРА: НГАЕіУ, 1999.-135с.

9. Удальцова М.В., Овчаренко Л.К. Соціологія і психологія управління - Л.: ІНФРА; 2009. – 96с.

10.Пугачов В.П. Керівництво персоналом організації - М.: Аспект Пресс, 1999.

11.Кравченко А.І. Соціологія - М.: «Академічний проект», Видавнича корпорація «Логос», 1999.- 120с.

12.Ільїн Є.П. Мотивація і мотиви - СПб.: Видавництво «Наука», 2000.- 96с.