

МОТИВАЦІЙНА ГРАМОТНІСТЬ ОСОБИСТОСТІ В КОНТЕКСТІ ПСИХОЛОГО-ПОЛІТИЧНИХ ПРОБЛЕМ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ

В. О. Климчук, м. Київ

Соціалізація молоді в сучасному світі розглядається як неперервний процес, коли перманентно змінюються не лише власне обриси цього світу, а й самі правила його конструювання. Відповідно особистісні зміни характеризуються як динамічні, складноорганізовані та спонтанно скоординовані перетворення. Описуються результати дослідження мотиваційної грамотності – феномена, який робить суттєвий внесок у соціалізаційні процеси, впливаючи на них і реципрочно в них конструюючись. Робиться висновок, що мотиваційна грамотність є одним із ключових компонентів розвитку особистості, особливо коли йдеться про розвиток у сферах, що безпосередньо пов'язані із зануренням у комунікаційні потоки і загалом – із соціалізацією особистості. За умови, які сприяють зростанню мотиваційної грамотності, визначено збільшення тривалості інтеракції в безпосередньому контакті, мета-дискурсивну позицію учасників спілкування, центрацію на партнері, готовність до рефлексивної позиції щодо власного мотиваційного дискурсу, наявність у дискурсі партнера ментативної складової.

Ключові слова: мотивація, мотиваційна грамотність, мотиваційний дискурс, мотиваційний інтелект.

Проблема. Розвиток особистості відбувається в соціально-психологічному інтеракційному просторі, який є динамічним, складноорганізованим та спонтанно скоординованим. А тому орієнтування в цьому просторі – це наслідок, з одного боку, нашого первісного занурення в нього і конструювання ним нашої особистості, як вважає Т. М. Титаренко [2], а з другого боку – певна система вмінь. Останні не тільки конструюються в результаті соціалізаційних процесів, а й реципрочно впливають на них, що особливо важить у контексті проблеми соціалізації молоді в політичному просторі. Одним із блоків цієї системи є вміння особистості “прочитати” мотивацію іншого (інших) та вміння “читати” власний мотиваційний дискурс, а відповідно спроможність зважувати всі “за” й “проти” щодо певних рішень.

Мета статті: роз'яснення наукових тлумачень поняття “мотиваційна грамотність” та розгляд контексту його виникнення; операціоналізація цього поняття з позицій дискурсивного підходу; опис емпіричних даних на користь гіпотези про існування цього феномена й можливостей розвитку мотиваційної грамотності.

Питання розпізнавання причин поведінки іншої людини, чинників, які її визначають, порушувалося ще Е. Торндайком [8], який, власне, і ввів в обіг термін “соціальний інтелект”, визначивши його як здатність розуміти й керувати людьми, чинити мудро в людських стосунках. На сьогодні поняття соціального інтелекту з різних причин, у тому числі й через його низьку прогностичність (у контексті психометричного розуміння) та складність визначення й широту (у контексті соціально-когнітивному), не стало центральним у науковому дискурсі, натомість диференціювалося й звужилося в окремих галузях. Так, в організаційно-психологічному контексті П. Селові, Дж. Мейєр [6] і Д. Голмен [9] уводять поняття “емоційний інтелект” як здатність індивіда помічати власні емоції та емоції інших людей, розрізняти й називати їх і використовувати цю здатність для спрямування мислення та поведінки. У психотерапевтичному дискурсі виникає поняття емоційної грамотності авторства К. Штайнера, який визначає її як “емоційний інтелект, центрований на любові” (love-centered emotional intelligence); вважаючи здатність любити і бути любленим основою емоційної грамотності, він зазначає, що її можна відновити/навчитися [7]. Отож емоційна грамотність постає як здібність, яку можна розвинути. Вона має такі п’ять компонентів (умінь): 1) знати про свої власні почуття; 2) володіти “широю емпатією”; 3) уміти управляти власними емоціями; 4) уміти відновлюватися після емоційних травм; 5) уміти поєднувати все разом.

Тим часом К. Мамалі вводить в обіг поняття “мотиваційного інтелекту” [4], визначаючи його як здатність особистості досягати балансу: між внутрішньою і зовнішньою мотивацією в окремій діяльності; між внутрішньою і зовнішньою мотивацією в межах цілісного власного потоку активності; між власними мотивами і мотивами інших людей. На думку дослідниці, досягнення такого балансу збільшує шанси на особистісне зростання і співрозвиток. Пізніше до структури “мотиваційного інтелекту” додається “мотиваційна емпатія” як точність висновків про мотиви іншої людини. Прикметно, що поняття “мотиваційного інтелекту” К. Мамалі базується, з одного боку, на теорії множинного інтелекту Г. Гарднера, а з другого – на емпіричних даних, зібраних за допомогою переважно нарративних технік, аналізу листів та автобіографій (зокрема Магатми Ганді). Конструкт “мотиваційний інтелект”, на жаль, і досі не став предметом широких наукових досліджень. Натомість сьогодні в США зареєстровано торгіву марку, яка належить Б. Рельфу (див.: <http://www.motivationaliq.com>). На думку Рельфа, мотиваційний інтелект – це здібність, яка дає змогу мотивувати себе в більш приємний та ефективний спосіб. Вона охоплює чотири компетенції: 1) мотиваційне сприймання (розуміння природи мотивації, потреб, мотивів, цінностей тощо); 2) мотиваційне розуміння (усвідомлення чинників, які впливають на мо-

тивацію); 3) мотиваційна оптимізація (підтримування мотивації на належному рівні, відновлення її у разі втрати); 4) мотиваційне самоуправління (стратегічна компетенція, управління мотивацією в контексті балансування між різними активностями, довготермінове планування тощо). Кожна із зазначених компетенцій має два блоки, перший із яких стосується самої людини, а другий – інших людей. Водночас вводиться паралельний термін, як і у випадку з емоційним інтелектом, – “мотиваційна грамотність” (Motivational Literacy[®]), який також є торговим знаком, зареєстрованим у США Дж. Бейлі (див.: <http://motivationalliteracy.com>). Відповідно, мотиваційна грамотність у розумінні Бейлі є зоною особистісного розвитку, навколо якої будується комплекс прикладних технік. Однак чіткого наукового розуміння суті феномена досі немає, як і результатів його наукових досліджень. У викладі Дж. Бейлі це радше маркетинговий хід, а не наукова концепція.

Більш наукомісткими є розробки на базі концепції “мотиваційної мови” Дж. Саллівена [5]. Згідно з цією концепцією керівник може використовувати мову як інструмент мотивації підлеглих. Відтак постає потреба навчити керівників користуватися цим інструментом. Водночас у теорії не йдеться про певну якість або здібність, а виключно про систему знань про мотиваційну мову та вміння нею користуватися.

З огляду на сучасне осмислення дискурсу та розроблене в нашій концепції розуміння мотиваційного дискурсу особистості на мікро- і макрорівнях [1], максимально релевантним наразі видається поняття “мотиваційна грамотність”, яке первинно означене нами як *уміння “читати” мотиваційний дискурс Іншого, вникати в його мотиваційний тезаурус, розуміти причини вчинків і пов’язані з ними цілі; розуміти власні мотиви та їхні відношення в мотиваційному словнику; говорити про них, доносити власний мотиваційний дискурс до Інших та брати до уваги їхні мотиваційні дискурси, розбудовуючи стосунки.*

Центральними завданнями нашого дослідження є емпірична демонстрація існування феномена мотиваційної грамотності, виявлення варіантів його вияву та базових умов існування в інтеракційному просторі. Беручи до уваги окреслені вище завдання, акцент у дослідженні робитимемо на діалогічній інтеракції, оскільки формальної ієрархії як такої не визначено. Основне наше припущення таке: у результаті проведеного дослідження мабуть що вдасться виявити осіб з різними рівнями мотиваційної грамотності.

Учасниками дослідження стали студенти денної форми навчання різних факультетів, відібрані рандомізованим способом (із 132 охочих узяти участь у дослідженні випадковим чином було відібрано 36 учасників, з яких потім так само випадково утворено 18 пар). Вік учасників дослідження (з них 17 чоловіків та 19 жінок) становив від 18 до

22 років (середній вік – 20 років). Учасникам дослідження було запропоновано взяти участь у проєкті розроблення концепції незалежної студентської газети, яка була б цікавою для всіх факультетів (з мінімальним вкладанням коштів). Для розроблення проєкту давалося 5 діб, протягом яких кожен учасник мав робити в “щоденнику проєкту” записи про час зустрічей із своїм колегою та їхню тривалість, у тому числі час телефонних перемовин та спілкування в соціальних мережах, чатах, скайпом тощо (щоб мати можливість зіставити час, проведений в інтеракції, із показниками мотиваційної грамотності). По завершенні роботи над проєктом усі респонденти взяли участь у мотиваційно-дискусивному інтерв’ю, що мало два основних блоки: 1) опис учасником дослідження причин власних дій і вчинків та 2) опис причин окремих дій свого партнера. Учасників також просили оцінити значущість кожної із власних тем для себе і прогнозованих тем – для партнера (на основі результатів аналізу спільно із дослідником). Додатково ставилося запитання “На основі чого Вами було зроблено такі висновки?”, аби таким чином виявити додаткові чинники, що сприяли виявам мотиваційної грамотності або, навпаки, блокували їх.

Дані про тематику мотиваційного дискурсу (власну й партнера) зіставлялися між собою, і на основі розрахунків відношення кількості збігів між тематикою мотиваційного дискурсу партнера і уявленням про неї досліджуваного, а також кількості розбіжностей виводився загальний показник мотиваційної грамотності – тематична релевантність (ТР). Значення цього показника коливалися від 0, коли таких збігів не було, до 100% у разі повного збігу. Якщо ж кількість тем у котромусь із рядів була більшою, то окрема тема рахувалася як пара без збігу. Отримані показники зіставлялися із часом, який учасники дослідження проводили в різних видах інтеракцій (реальних і віртуальних). Окремо для учасників із різними рівнями мотиваційної грамотності аналізувалися способи, за допомогою яких вони зробили свої висновки. Це, власне, і дало змогу здійснити перше наближення до чинників, які сприяють розвиткові мотиваційної грамотності або ж, навпаки, блокують його.

Згідно з результатами *емпіричного дослідження* середній загальний час інтеракції між учасниками становив 11 годин ($\sigma=4,5$; $\max=17$; $\min=3$), з них у безпосередній взаємодії учасники провели 8 годин ($\sigma=4,9$; $\max=17$; $\min=0$), у віртуальній (телефон, скайп, чат) – 3 години ($\sigma=2,4$; $\max=8$; $\min=0$). Усереднений показник тематичних збігів як однієї із характеристик мотиваційної грамотності (тематична релевантність) дрівнював 44% ($\sigma=26\%$; $\max=94\%$; $\min=0\%$).

Проаналізуємо передусім *загальні тенденції і закономірності*. Між віковими характеристиками (у межах вікових рамок дослідження) і показ-

никами мотиваційної грамотності статистично значущих взаємозв'язків не виявлено ($r = -0,07$ та $0,17$; $p > 0,05$). Найтісніший прямий взаємозв'язок зафіксовано між відсотком тематичних збігів і часом безпосередньої інтеракції ($r = 0,94$; $p \leq 0,05$). Разом з тим тривалість віртуальної інтеракції виявилася обернено пов'язаною із характеристиками мотиваційної грамотності. Це знайшло відображення в показнику зв'язку між часом віртуальної інтеракції і відсотком тематичних збігів: $r = -0,39$; $p \leq 0,05$.

Порівняльний аналіз із використанням U-критерію Манна–Уїтні не підтвердив припущення про наявність гендерних відмінностей, пов'язаних із мотиваційною грамотністю. Отож попередній висновок, який випливає з результатів емпіричного дослідження, такий: рівень мотиваційної грамотності перебуває в тісному прямому взаємозв'язку з тривалістю безпосередньої інтеракції та в оберненому – з тривалістю віртуальної інтеракції.

Дальше *наближення* дало змогу порівняти рівні мотиваційної грамотності учасників усередині кожної з пар. У результаті такого порівняння виокремлено декілька типів пар залежно від рівня релевантності тематичного розпізнавання мотиваційного дискурсу партнера (тематичної релевантності): двостороння тематична релевантність (обидва учасники взаємно розпізнавали тематику мотиваційного дискурсу), одностороння тематична релевантність (один із членів пари розпізнавав тематику мотиваційного дискурсу, інший – ні) та двостороння тематична іррелевантність (обидва учасники не розпізнавали тематику мотиваційного дискурсу один одного). За критерії розмежування релевантності-іррелевантності було взято рівень понад 50% (включно) і понад 75% (включно) (для тематичної релевантності).

Як бачимо, із 18 пар учасників дослідження стовідсоткового рівня тематичної релевантності не досяг жоден (табл.). При встановленні диференційного критерію тематичної релевантності на рівні 75% лише 2 пари (11%) переступили цю межу у двосторонньому напрямку і 3 пари (17%) – в односторонньому напрямку. У разі зниження порогу розмежування до рівня 50% (розрізнено більше половини тем) межу двосторонньої релевантності переступають 6 пар (33%), односторонньої – 2 пари (11%).

Додаткові дані було отримано в результаті аналізу записів фінальних бесід, у ході яких учасникам ставилося запитання: “На основі чого Вами було зроблено такі висновки?”

Підсумовуючи, можемо означити такі умови підвищення релевантності як компонента мотиваційної грамотності особистості: 1) збільшення тривалості інтеракції в безпосередньому контакті; 2) мета-дискурсивна позиція; 3) концентрація на партнері (активне слухання та увага до

екстралінгвістичних параметрів мікро- та макрорівнів); 4) відтворення по змозі мотиваційно-дискурсивних ланцюжків; 5) готовність до рефлексивної позиції щодо власного мотиваційного дискурсу; 6) наявність у дискурсі партнера ментативної складової (у вигляді самоописів).

Таблиця

Кількісний розподіл розпізнавання мотиваційного дискурсу

	Тематична релевантність			
	к-сть пар	≥ 50%	к-сть пар	≥ 75%
двостороння релевантність	6	33	2	11
одностороння релевантність	2	11	3	17
двостороння іррелевантність	10	56	13	72

Додаткові дані було отримано в результаті аналізу записів фінальних бесід, у ході яких учасникам ставилося запитання: “На основі чого Вами було зроблено такі висновки?”.

Підсумовуючи, можемо означити такі умови підвищення релевантності як компонента мотиваційної грамотності особистості: 1) збільшення тривалості інтеракції в безпосередньому контакті; 2) мета-дискурсивна позиція; 3) центрація на партнері (активне слухання та увага до екстралінгвістичних параметрів мікро- та макрорівнів); 4) відтворення по змозі мотиваційно-дискурсивних ланцюжків; 5) готовність до рефлексивної позиції щодо власного мотиваційного дискурсу; 6) наявність у дискурсі партнера ментативної складової (у вигляді самоописів).

Отримані результати є підготовчими кроками на шляху до вивчення чинників, які сприяють підвищенню рівня мотиваційної грамотності особистості. Однак уже на цьому етапі у наведеному переліку чинників можемо виокремити дві їх групи: дискурсивні (2, 4, 5 та 6-й) і недискурсивні (1 і 3-й). Між ними постійно відбувається взаємодія, подібна до соціальних та дискурсивних практик, коли перші є ґрунтом для других і навпаки.

Висновки. Отже, 1) незважаючи на низку наукоємних і практично орієнтованих розробок, у межах класичної і неklasичної парадигм проблема мотиваційної грамотності досі не знайшла свого розв’язання; 2) утвердження нового погляду на означений феномен та нових підходів до його аналізу можливе за умови розгляду його крізь призму розуміння мотиваційного виміру життєвого світу людини як дискурсу, який перебуває в постійному процесі конструювання й самоконструювання в інтеракційному просторі; 3) мотиваційна грамотність особистості є одним із ключових компонентів розвитку особистості, особливо коли йдеться

про розвиток у сферах, що безпосередньо пов'язані із зануренням у комунікаційні потоки і загалом – із соціалізацією особистості; 4) емпіричні дані доводять існування феномена мотиваційної грамотності і є підставою до його операціоналізації у вигляді “тематичної релевантності”; 5) існує низка дискурсивних і недискурсивних чинників, які сприяють підвищенню рівня тематичної релевантності або його зниженню.

Л і т е р а т у р а

1. *Климчук В. О.* Життєвий світ особистості: інтеракційний простір, дискурсивна природа та мотиваційний вимір / В. О. Климчук // Гуманітарний вісник ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди”. – К. : Гнозис, 2013. – Дод. 1 до вип. 29, Т. II: Темат. вип. “Міжнародні Челпанівські психолого-педагогічні читання”. – С. 42–48.
2. *Титаренко Т. М.* Особистісне самоконструювання: пульсації хаосу і порядку / Т. М. Титаренко // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей / Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2012. – Вип. 31(34). – С. 3–11.
3. *Goleman D.* Emotional Intelligence / D. Goleman. – New York, England : Bantam Books Inc., 2005. – 384 p.
4. *Mamali C.* The Gandhian mode of becoming / C. Mamali. – Ahmedabad, India : Gujarat Vidyapith; Peace Research Center, 1998. – 266 p.
5. *Sullivan J.* Three roles of language in motivation theory / J. Sullivan // Academy of Management review. – 1998. – Vol. 13. – № 1. – P. 104–113.
6. *Salovey P.* Emotional intelligence / P. Salovey, J. D. Mayer // Imagination, Cognition, and Personality. – 1989. – Vol. 9 (3). – P. 185–211.
7. *Steiner C.* Emotional Literacy: Intelligence with a Heart Paperback / Claude Steiner. – USA : Personhood Press, 2003. – 275 p.
8. *Thorndike R. L.* Factor analysis of social and abstract intelligence / R. L. Thorndike // Journal of Educational Psychology. – 1936. – Vol. 27. – P. 231–233.

R e f e r e n c e

1. Klymchuk, V. O. (2013). Zhyttievyyi svit osobystosti: interaktsiinyi prostir, dyskursyvna pryroda ta motyvatsiinyi vymir [Lifeworld of personality: interactional space, discursive nature and motivational dimension]. *Humanitarnyi visnyk DVNZ “Pereiaslav-Khmelnyskyi derzhavnyi pedahohichnyi universytet imeni Hryhoriia Skovorody”* [Humanitarian bulletin of Pereiaslav-Khmelnyskyi state pedagogical university named after Hryhoriia Skovoroda], App. 1 to no. 29, Vol. II, 42–48 (ukr).
2. Tytarenko, T. M. (2012). Osobystisne samokonstruiuvannia: pulsatsii khaosu i poriadku [Personal self-construction: pulsations of chaos and order]. *Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykholohii* [Scientific studies in social and political psychology], 31(34), 3–11 (ukr).
3. Goleman, D. (2005). *Emotional Intelligence*. New York, England: Bantam Books, Inc.
4. Mamali, C. (1998). *The Gandhian mode of becoming*. Ahmedabad, India: Gujarat Vidyapith. Peace Research Center.

5. Sullivan, J. (1998). Three roles of language in motivation theory. *Academy of Management review*, Vol.13, no 1, 104–113.
6. Salovey, P. and Mayer, J. D. (1989). Emotional intelligence. *Imagination, Cognition, and Personality*, Vol. 9, no. 3, 185–211.
7. Steiner, C. (2003). *Emotional Literacy: Intelligence with a Heart Paperback*. USA: Personhood Press.
8. Thorndike, R. L. (1936). Factor analysis of social and abstract intelligence. *Journal of Educational Psychology*, 27, 231–233.

Климчук В. А. Мотивационная грамотность личности в контексте психолого-политических проблем социализации молодежи

Социализация молодежи в современном мире рассматривается как непрерывный процесс, поскольку перманентно изменяются не только собственно очертания этого мира, но и сами правила его конструирования. Соответственно личностные изменения характеризуются как динамичные, сложноорганизованные и спонтанно скоординированные преобразования. Описываются результаты исследования мотивационной грамотности – феномена, вносящего существенный вклад в социализационные процессы, который воздействует на них и реципрочно в них конструируется. Делается вывод, что мотивационная грамотность является одним из ключевых компонентов развития личности, особенно когда речь идет о развитии в сферах, непосредственно связанных с погружением в коммуникационные потоки и в целом – с социализацией личности. Как условия, способствующие росту мотивационной грамотности, определены увеличение продолжительности интеракции в непосредственном контакте, мета-дискурсивная позиция участников общения, центрация на партнере, готовность к рефлексивной позиции относительно собственного мотивационного дискурса, наличие в дискурсе партнера ментативной составляющей.

Ключевые слова: мотивация, мотивационная грамотность, мотивационный дискурс, мотивационный интеллект.

Klymchuk V. O. Motivational literacy of an individual in the context of psychological and political aspects of socialization of youth

Socialization of youth in the modern world is a continuous process in the course of which not only the shape of the world, but also the rules of its construction constantly change. Personal changes are dynamic, complexly organized and spontaneously coordinated. The article describes the outcomes of the study of motivational literacy, the phenomenon that makes a significant contribution to social developmental processes affecting them and being reciprocally effected. It presents theoretical generalization of the research findings and the definition given by the author as well as the description of the structure of the research and its outcomes. The author draws the conclusion that motivational literacy is a key component of personal development, especially when it comes to the development directly connected with communication flows and socialization as a whole. Description of a number of factors that contribute to motivation literacy increasing or decreasing it can be also found in the article.

Key words: motivation, motivational literacy, motivational discourse, motivational intelligence.