

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЙНОГО КОМПОНЕНТУ КОМУНІКАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОСОБИСТОСТІ

Розглядається мотивація в контексті комунікативної діяльності суб'єкта, аналізуються мотиви, що спонукають суб'єкта до комунікативної діяльності. Визначаються складові мотиваційного компонента комунікативної діяльності особистості, серед яких визначені та проаналізовані соціально орієнтована комунікативна діяльність та особистісно орієнтована комунікативна діяльність.

Ключові слова: мотивація; мотив; мотивування; мотиваційний компонент; особистість; соціально орієнтована комунікативна діяльність; особистісно орієнтована комунікативна діяльність.

Е.И. Проскурняк **ОСОБЕННОСТИ МОТИВАЦИОННОГО КОМПОНЕНТА КОМУНИКАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛИЧНОСТИ**

Рассматривается мотивация в контексте коммуникативной деятельности субъекта, анализируются мотивы, которые подталкивают субъекта к коммуникативной деятельности. Определяются составляющие мотивационного компонента личности, среди которых определены и проанализированы социально ориентированная и личностно ориентированная коммуникативная деятельность.

Ключевые слова: мотивация, мотив, мотивирование, мотивационный компонент, личность, социально ориентированная коммуникативная деятельность, личностно ориентированная коммуникативная деятельность.

E.I. Proskurnjak **FEATURES MOTIVATIONAL COMPONENT OF PERSONALITY COMMUNICATIVE**

Motivation is considered in the context of the communicative activity of the subject, examines the motives that drive the subject to the communicative activity. Determined by the individual components of the motivational component, among which are defined and analyzed socio-oriented and personality-oriented communicative activity.

Key words: motivation; motive; motivation; motivational component; personality; social-oriented communicative activity; personality-oriented communicative activity.

По́за ко́мунікативної діяльності неможливо проаналізувати процес особистісного становлення людини, простежити закономірності суспільного розвитку. Люди проявляють себе у комунікативної діяльності, вони розкривають власні психологічні риси, набувають загальнолюдського досвіду, норми поведінки, цінності, знання, види і засоби діяльності.

Різні аспекти комунікативної діяльності розроблялися у працях вітчизняних та зарубіжних психологів. Доцільно розглядався складовий компонент комунікативної діяльності – спілкування, його роль у становленні особистості, механізми і функції, мотиви, соціальні установки, особливості психічних процесів при комунікаціях, сприйняття та розуміння людьми один одного, проблеми комунікативної культури, комунікативної компетентності тощо (Б. Ананьєв, Г. Андрєєва, О. Асмолов, О. Бодальов, Л. Божович, А. Болотова, Л. Виготський, О. Леонтєв, М. Лісіна, Б. Ломов, В. М'ясіщев, А. Петровський, Л. Петровська, К. Платонов, С. Рубінштейн, Н. Творогова, Л. Філонов та ін.).

Мотивація є фактором, що активізує комунікативну діяльність, як зазначають О. Бодальов, О. Леонтєв, М. Лісіна, С. Рубінштейн, О. Корніяка, Н. Мельнікова, Л. Петровська та інші. Однак складові мотиваційного компоненту комунікативної діяльності вивчені ще недостатньо.

Метою статті є обґрунтування й визначення складових мотиваційного компоненту комунікативної діяльності та їх аналіз.

Проблемі вивчення мотивації присвячені дослідження таких учених, як В. Асєєв, Л. Божович, В. Вілюнас, С. Занюк, Є. Ільїн, М. Олексієва, М. Дригус, М. Матюхіна, С. Москвичев, Х. Хекхаузен, Дж. Брофі та ін.

Як зазначає С. Занюк [1], діяльність завжди викликана певними мотивами. На наш погляд, до комунікативної діяльності людину спонукають бажання спілкуватися, обмінюватися інформацією, отримувати комунікативну підтримку з боку комунікантів, висловлювати власні думки, зацікавленість у спілкуванні, прагнення не бути самотнім, пізнавальний інтерес, самореалізація тощо.

І. Шкуратова визначає групи мотивів комунікативної взаємодії: емоційні й моральні, що спрямовані на емоційну й моральну підтримку; ділові, що пов'язані з бажанням суб'єкта використати комунікативну діяльність для вирішення своїх і чужих проблем; пізнавальні – бажання отримати нову інформацію, незалежно від її змісту (життєва, навчальна тощо); зацікавленість у партнері як в особистості; мотиви самоствердження; мотиви обміну думками та виясненням стосунків; конвенціональні мотиви, під якими розуміється підтримка розмови з ввічливості;

мотиви гри та розваг через комунікацію; життєві мотиви, спрямовані на вирішення побутових завдань; негативні мотиви – бажання викликати у людини неприємні емоції [6].

Також розрізняють три групи мотивів по критерію спрямованості на комунікативну діяльність: егоцентричні – коли людина намагається отримати допомогу, певну корисну інформацію, й альтероцентричні – коли різні види допомоги спрямовані на партнера по комунікативній взаємодії.

Якщо суб'єкт прагне до реалізації комунікативної діяльності, то є підстави стверджувати, що він мотивований на комунікацію. Погоджуємося з С.Занюком, що мотивація – це сукупність факторів, які визначають активність особистості [1]. Тобто це мотиви, потреби, стимули, ситуативні чинники, які спонукають комунікативну поведінку, комунікативну діяльність людини.

Мотиви на комунікацію є відносно стійкими атрибутами особистості, тобто в багатьох ситуаціях людина виявляє інтерес до оточуючого світу, який задовольняє за допомогою комунікацій, комунікативної діяльності. Мотиваційний компонент комунікативної діяльності є сукупністю смислових утворень, які є внутрішнім результатом психічної діяльності особистості, він визначається у морально-комунікативних якостях і характері її комунікативної активності.

О. Корніяка [3] визначає складові мотиваційного компоненту комунікативної культури, серед яких деякі відбивають психологічну структуру мотиваційного компоненту комунікативної діяльності:

- потребово-мотиваційні утворення: потреби у комунікаціях, самореалізації, самовдосконаленні, уникненні невдач, визнанні і самопізнанні, пізнанні оточуючих, самоствердженні через комунікативну діяльність тощо;

- спрямованість особистості: на своє «Я», на комунікативний контакт;

- морально-комунікативні якості – характер ставлення до інших людей, людини до самої себе, до комунікативної діяльності. Психологічним підґрунтям є етико-комунікативна орієнтованість особистості.

Інтенсивність мотивації на комунікативну діяльність залежить від сили мотиву й інтенсивності ситуативних детермінант мотивації (впливу інших людей, їх вимог тощо) [1].

Як зазначає С. Занюк, певним мотивом або сукупністю мотивів мотивація діяльності не вичерпується. Необхідно враховувати вплив факторів конкретної ситуації [1]. Зниження пізнавальних можливостей, несприятливе соціальне оточення, невеликий мовленнєвий репертуар, відсутність або недостатність комунікативних навичок призводять не лише до зниження мотивації на комунікацію, але й ефективності комунікативної діяльності.

Н. Єрастов визначає класифікацію мотивів комунікацій, яка ґрунтується різних видах потреб: 1) ті, що взаємно впливають, взаємодіють (в процесі комунікативної діяльності зближуються згідно змісту один з одним), 2) протидіючі (які протилежні за спрямованістю, наприклад, один з комунікантів бажає знати правду, а інший намагається її приховати), 3) незалежні (ті, що не впливають один на одного: у комунікантів різна мета, але кожен не має нічого проти мети іншого).

Визначають процесуальний і результативний компоненти комунікативної діяльності. Процесуальний компонент демонструє (розкриває) сам процес комунікативної діяльності (посилку – сприйняття сигналів комунікації, передачу інформації тощо). Але через процесуальний розкривається результативний компонент комунікативної діяльності. Результативна комунікативна установка (наприклад, домовитися з людиною про зустріч, зустрітися та досягнути у результаті зустрічі певної мети тощо) відіграє провідну роль у детермінації комунікативної діяльності.

Мотивація на комунікацію відрізняється у різних людей, по-перше, ступенем необхідності у комунікативній взаємодії з оточуючими, що виявляється у довготривалості, частоті комунікативних контактів. По-друге – спрямованістю мотивації комунікації та її змісту, яке виявляється у постановці мети комунікативної діяльності. Вона виявляється через ступінь визначеності груп мотивів, що були окреслені вище. Специфіку мотивації комунікативної діяльності

бачимо у тому, що потреба у комунікативної діяльності не може бути задоволена без відповідної комунікативної поведінці з боку інших людей. Це висуває перед людиною проблему управління комунікативною поведінкою інших людей і власною саморегуляцію у комунікативній поведінці.

Успішне задоволення мотивів комунікативної діяльності дорослої людини залежить від усвідомлення мети і мотивів у комунікативній взаємодії та уміння знаходити у власному оточенні людей, які відповідають цим цілям. З цими умовами пов'язані інші характеристики мотивації комунікативної діяльності: диференційованість та вибірність.

Під диференційованістю розуміється здатність суб'єкта розмежувати у власній свідомості уявлення про різні мотиви власної поведінки і засобах їх задоволення. Одні люди можуть проводити межу між мотивами, а інші під мотивами комунікативної діяльності розуміють приємне проведення часу. Моделі мотивації на комунікативну діяльність формуються в дитинстві, але у подальшому трансформуються у бік більшої структурованості та ієрархічності мотивів. Якщо цей розвиток не відбувається, то доросла людина продовжує застосовувати недорозвинені дитячі моделі – моделі очікувань від інших. Тобто людина очікує комунікативної активності від інших, а також прояву з боку інших тільки позитивних почуттів. Якщо це не відбувається, людина відчуває психологічний дискомфорт, не намагаючись змінити погляди щодо комунікативної взаємодії.

Вибірковістю мотивації комунікативної діяльності є чітка спрямованість суб'єкту в задоволенні власних потреб на конкретних особистостей, що відповідають цим бажанням. Мистецтво знаходити задоволення у комунікативної діяльності будується на вмінні знаходити партнерів у відповідності до власних бажань та бажань партнерів. Тобто тільки взаємозв'язок мотивацій може забезпечити продуктивну, успішну комунікативну взаємодію. Крім того, далеко не кожна людина може забезпечити задоволення цих комунікативних потреб. У повсякденному житті люди з низьким рівнем комунікативної компетентності демонструють невміння задовольняти свої комунікативні потреби.

Кожна людина має власну систему мотивів комунікативної діяльності, яка склалася під особливостями впливу її життєвого шляху. Мотиви комунікативної діяльності можуть змінюватися залежно від форм спілкування: формально-рольове, ділове, особистісне, але мотиваційне ядро, яке може бути визначене через означені характеристики є незмінним.

Якщо запитати людину (або ще дитину) що спонукало її до певної комунікативної діяльності або комунікативної поведінки, вона зможе навести різні пояснення, але вони, як правило не є мотивацію, а лише мотивуванням, під яким розуміється пояснення суб'єктом причин власних дій [1]. У процес мотивування втручаються механізми психологічного захисту особистості (адже дитина й навіть доросла людина схильні виправдовуватися перед собою та іншими несвідомо захищаючи себе). Тобто мотивування негативної комунікативної поведінки допомагає особистості тимчасово уникнути зниження її самооцінки і сприяє захистові позитивного образу «Я».

Усвідомлення мотивації до комунікації допомагає чітко визначити її комунікативну мету. Що більше мотивів детермінує мету, то більшою є її спонукальна сила. Тобто якщо комунікативну мету вдається підкріпити більшою кількістю мотивів, то вона справляє інтенсивніший спонукальний вплив на діяльність людини, чим конкретнішою є комунікативна мета, тим сильніший її спонукальний вплив.

Одним з головних мотивів, що спонукають людину до окреслення комунікативних цілей є самореалізація, яка реалізується через саморегуляцію. Погоджуємося з В. Моросановою, яка під саморегуляцією розуміє системно організований процес внутрішньої психічної активності людини по ініціації, побудуванню, підтримки і керуванню різними формами активності, що спрямована на реалізацію досягнення мети [5]. Індивідуальні особливості саморегуляції характеризуються тим, як людина планує досягнення комунікативної мети, враховуючи зовнішні і внутрішні умови, оцінює результати і корегує власну комунікативну активність для досягнення результатів.

Сучасне уявлення про саморегуляцію (змісті і формах цього процесу, його формуванні та прояві) ґрунтується на загальнонаукових принципах детермінізму і розвитку на основі суб'єктно-діяльнісного підходу до вивчення психологічних явищ (Б. Анан'єв, О. Леонтьєв, С. Рубінштейн, Б. Теплов, А. Смирнов та ін.).

Значною мірою розвиток основних положень про саморегуляцію пов'язаний з розвитком системного підходу, виходячи з якого саморегуляцію комунікативної активності розглядаємо як систему, що має певні системні якості (ієрархічність, цілісність, взаємозв'язок з середовищем. У відповідності до системного підходу саморегуляція у комунікативній діяльності є проблемою вибору власної комунікативної поведінки у відповідь на зовнішні або внутрішні зміни.

Цікавим та продуктивним є структурно-функціональний підхід О. Конопкіна щодо саморегуляції, що дозволив виявити основні ланцюги саморегуляції та регуляторні процеси, що їх регулюють та на цій основі створити модель системи саморегуляції людини. Психічна саморегуляція, за О. Конопкіним, є вищим рівнем саморегуляції людиною поведінкової активності, що відбиває якісну специфіку засобів віддзеркалення й моделювання самої себе, власної активності і діяльності [2].

Спираючись на структурно-функціональну модель О. Конопкіна, систему саморегуляції комунікативної діяльності суб'єкта можна виявити у вигляді таких ланцюгів: постановка, усвідомлення й прийняття суб'єктом цілей активності, створення суб'єктивно значимих для комунікативної діяльності умов; формування програми комунікативних дій, контроль і корекція результатів комунікативної діяльності. Чим вище сформованість регуляторних функцій і гармонічніший процес саморегуляції, тим ефективнішою є комунікативна діяльність суб'єкта.

Погоджуємося з О. Корніякою, що особистість суб'єкта комунікативної діяльності (її мотиваційно-сміслові утворення комунікативного спрямування) створює підґрунтя для комунікативної взаємодії. Процес реалізації комунікативної діяльності починається зі сприйняття суб'єктом конкретної комунікативної ситуації. На це впливає внутрішня позиція особистості щодо комунікативної діяльності, яка складається на основі системи внутрішніх

чинників: потреб, інтересів, мотивів, спрямування, настановлень, переконань, ідеалів, оцінок і самооцінок, почуттів, переживань тощо, які утворюють її потребово-мотиваційну сферу [3].

Не всі люди замислюються навіть вони вступають у комунікативну взаємодію, але кожен очікує задоволення власних потреб. Потреби у комунікативній взаємодії, що є складовою комунікативної діяльності з'являються майже з народження у дитини. Посмішка місячного новонародженого означає, що він радий комунікації. М. Лісіна виявила, що з 4-5 річного віку діти починають цікавитися життям дорослої людини. Отже, послідовність виникнення й розвитку мотивів комунікативної діяльності у дошкільнят буде наступним: ділові – пізнавальні – особистісні мотиви. Потреба у комунікації дорослої людини не є самостійною спонукальною силою. Через комунікативну взаємодію з оточуючими людина задовольняє власні комунікативні потреби.

Отже, комунікативна діяльність визначається конкретним мотивом, який через певний план допомагає досягнути комунікативної мети. Комунікативна діяльність здійснюється за допомогою комунікативних умінь та навичок, комунікативного репертуару і досвіду. Результат комунікативної діяльності – передача чи обмін інформацією, є наслідком взаємодії утворень мотиваційної сфери людини і досвіду, знань, умінь реальної комунікації.

Центральним моментом в мотивації на комунікацію є вибір партнера-комуніканта. У багатьох випадках фактором вибору комуніканта для тривалої комунікативної взаємодії є привабливість людини як особистості, тобто емоційне ставлення до людини.

Ділові якості також можуть бути причиною вибору партнера для комунікативної взаємодії (В. Лозоцева, Я. Коломінський). Зовнішня привабливість людини сприяє комунікативної діяльності, особливо у дітей (Т. Репіна). Тривалість мотивів комунікативної діяльності, пов'язана з особливостями емоційної експансивності, невербального інтелекту та силою нервової системи (І. Широкова).

Відсутність мотивів на комунікацію з певною людиною частіше пов'язана з її негативною поведінкою або негативними особистісними та моральними рисами.

О. Леонт'єв, виходячи з мотивів і потреб суб'єктів у комунікативній діяльності, визначає спілкування як процес становлення та підтримки цілеспрямованого, прямого або опосередкованого певними засобами контакту між людьми, які певною мірою пов'язані один з одним у психологічному плані [4]. Здійснення цього комунікативного контакту, за О. Леонт'євим, дозволяє або змінити протікання сумісної діяльності за рахунок узгодження (неузгодженості) «індивідуальних» діяльностей за певними параметрами, або, навпроти, розділити функції (соціально-орієнтована комунікативна діяльність), або здійснювати цілеспрямований вплив (об'єм і якісна специфіка якої може визначатися як ззовні суспільством, там і внутрішньо, самою особистістю) на формування та змінення окремої особистості (або її поведінки) в процесі колективної або індивідуальної, але соціально визначеної діяльності (особистісно орієнтована комунікативна діяльність).

Отже, визначають соціально орієнтовану комунікативну діяльність (що сприяє перетворенню певної ситуації, явища, діяльності) та особистісно орієнтовану (спрямовану на взаємодію, змінення поведінки окремої особистості), які є складовими мотиваційного компоненту комунікативної діяльності.

Таким чином, на основі вищевикладеного можна дійти **висновків**.

Під мотивацією комунікативної діяльності можна розуміти сукупність факторів, які визначають комунікативну активність особистості (мотиви, стимули, потреби тощо). Кожна людина має власну систему мотивів комунікативної діяльності, які можуть змінюватися залежно від форм спілкування (формально-рольове, ділове, особистісне). Усвідомлення мотивації до комунікації допомагає визначити її мету. Складовими мотиваційного компоненту комунікативної діяльності визначено соціально орієнтовану та особистісно орієнтовану комунікативну діяльність.

Перспективою подальшого дослідження є розкриття особливостей операційного і змістового компонентів комунікативної діяльності особистості.

Список літератури

1. Занюк С.С. Психологія мотивації. – К.: Либідь, 2002. – 302 с.
2. Конопкин О.А. Психологические механизмы регуляции деятельности. – М.: Наука, 1980. – 256 с.
3. Корніяка О.М. Психологія комунікативної культури школяра. – К.: Міленіум, 2006. – 334 с.
4. Леонтьев А.А. Психология общения. – М.: Смысл, 1997 – 364 с.
5. Моросанова В. И. Личностные аспекты саморегуляции произвольной активности человека // Психологический журнал. – 2002. – № 6. – С. 6-11.
6. Шкуратова И.П. Мотивационная модель общения и попытка ее экспериментального изучения // Психологический вестник РГУ. – 1996. – Вып. 1. – Часть 1. – С. 187-205.