

ма принципів державної інноваційної політики в сфері вищого освіти України.

Ключевые слова: інновація, інноваційна діяльність, інноваційна політика.

STATE INNOVATION POLICY IN HIGHER EDUCATION OF UKRAINE

Klimova G. P.

The article describes the content and the main directions of the state policy in the field of innovation Higher School of Ukraine. We consider a system of principles of state policy innovation in the field of higher education in Ukraine.

Key words: innovation, innovation, innovation policy.



УДК 316.612

О. О. Маркозова, кандидат соціологічних наук, доцент

МЕХАНІЗМ МОТИВАЦІЇ ДОСЯГНЕННЯ ЖИТТЄВОГО УСПІХУ ЛЮДИНИ

Проаналізовано механізм мотивації досягнення життєвого успіху людини. Показано, що всі потреби особистість пропускає через три ціннісні фільтри і розглядає їх у сенсі вигод, одержаних від їх реалізації. Констатовано, що реалізуються тільки ті потреби, котрі оцінюються людиною як «дуже важливі». Зважаючи на те, що будь-які зміни вимагають виходу людини із зони комфорту в зону ризику, а досягнення успіху не є життєво необхідною потребою, часто відбувається відмова від діяльності з реалізації цієї потреби. Доведено, що мотивація на досягнення успіху формується у цілеспрямованих та самостійних людей, у яких зона комфорту асоціюється з постійним розвитком та самовдосконаленням.

Ключові слова: людина, суспільство, життєвий успіх, мотивація, потреби, зона комфорту.

Актуальність проблеми. Трансформація усіх структур українського суспільства, динамізм оновлення життєвого простору призводять до змін механізмів життєдіяльності людини. Старі моделі, на основі яких раніше діяла особистість, у новому середовищі не працюють. Звідси виникає необ-

хідність формування нових моделей поведінки, що вимагає зміни цінностей людини. Зрозуміло, що перетворення суспільного життя позначається на такому соціокультурному феномені, як життєвий успіх. Актуальними стають вивчення його сутнісних характеристик, виявлення змісту, суперечностей формування і тенденцій змін.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Вивченню проблеми успіху людини присвячено праці як західних [1; 2], так і українських вчених [3–6]. Однак, зважаючи на складність та багатогранність цього феномену, велика кількість питань, що стосуються сутності, форм вияву та детермінант життєвого успіху, потребує додаткового вивчення. Однією з таких проблем є аналіз готовності людини вийти із зони особистого комфорту і, незважаючи на можливі труднощі та ризики, спрямувати свою діяльність на досягнення успіху. У зв'язку із цим *метою* статті є аналіз механізму мотивації діяльності людини, спрямованої на досягнення життєвого успіху.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що джерелом будь-якої діяльності особистості є прагнення задовольнити свої потреби. Але якщо з первинними потребами все зрозуміло: без їх реалізації людина просто не зможе існувати як біологічний організм, то однозначно відповісти на запитання, що спонукає людей рухатися шаблями успіху, досить складно.

Аби розібратись у цьому питанні, ми звернулися до теорії мотивації поведінки людини, що базується на ієрархії потреб, розробленої А. Маслоу. За Маслоу, всі потреби особистості розташовані у вигляді ієрархічної структури. Це фізіологічні потреби, потреби в безпеці, приналежності і причетності, потреба у визнанні та самоствердженні, потреба в самоактуалізації [7]. Спираючись на теорію Маслоу, ми звикли стверджувати, що коли потреба нижчого рівня задоволена хоча б частково, людина відчуває необхідність зробити крок на наступний щабель сходів потреб. Проте, чи завжди так відбувається насправді? Чи завжди люди, задовольнивши одні потреби, прагнуть задовольнити наступні? І якщо це так, то чому не всі (або хоча б майже всі) досягають життєвого успіху, адже у більшості випадків первинні потреби у людей задоволені? Наприклад, В. А. Співак наводить результати дослідження американських психологів, згідно з яким у сучасного громадянина США фізіологічні потреби задоволені на 90 %, потреба в безпеці — на 70 %, у приналежності та причетності — на 40 %, а у визнанні і самоствердженні — тільки на 15 % [8, с. 117]. Виникає питання: якщо у більшості громадян США первинні потреби задоволені, то чому не реалізовані потреби більш високого рівня? Чому люди не розвиваються далі, не «крокують шаблями успіху»?

Аналізуючи цю проблему, слід звернути увагу на те, що людина у кожній конкретній ситуації задовольняє тільки ту потребу, яка для неї є найбільш

важливою. Тобто теоретично всі повинні рухатися від задоволення однієї потреби до задоволення іншої, аж до самоствердження і досягнення життєвого успіху. Але в реальному житті механізм мотивації далеко не завжди є таким чітким і однозначним. На наш погляд, у людини одночасно присутні всі види потреб, які вона постійно пропускає через ціннісні фільтри і оцінює, чи є дана потреба для неї важливою або такою, без реалізації якої можна обійтися. Зважаючи на те, що будь-яка діяльність вимагає від людини виходу із зони комфорту в зону ризику та невизначеності, реалізовуватися можуть не тільки первинні чи раціональні потреби, а й ті, що створюють найбільший психологічний дискомфорт, тобто сприймаються як дуже важливі. Якщо ж людина не відчуває потреби в реалізації тих чи інших потреб, то це означає, що вона перебуває в зоні особистого і соціального комфорту.

Уперше на існування такої зони звернув увагу американський антрополог і психолог Едвард Т. Хол. Він довів, що зона комфорту — це «“захисний шар” особистого простору, розміри якого залежать від походження людини, її соціального статусу, особистих переваг та культури» [9, р. 102]. В соціології до аналізу зони комфорту людини найчастіше звертаються в соціології повсякденності. А. Шюц визначає зону комфорту як «певну частину життєвого простору, в якій людина відчуває себе психологічно комфортно завдяки тому, що всі явища для неї звичні, зрозумілі та передбачувані» [10, с. 132]. Отже, з точки зору вченого, зона комфорту — це такий спосіб життєдіяльності, в якому практично не відбуваються непередбачувані процеси і в якому людина може діяти майже механічно. Але у цьому й полягає небезпечність зони комфорту, яка може перетворитися на своєрідну «пастку», зону застою і кризи, з якої вибратися складніше, ніж це може здатися на перший погляд. Річ у тім, що, виходячи із своєї зони комфорту, людина завжди рухається у бік невідомого, де у неї відсутні соціальні та психологічні орієнтири, і тому з часом зробити щось нове та незвичне їй стає дедалі складніше. Якщо особистість тривалий час нічого не змінює у своєму житті, то поступово у неї формуються вузькі кордони умов існування, далі яких вона не бачить сенсу рухатися. Тоді її потреби зменшуються, а зона комфорту звужується.

З усіх причин, що утримують людину в зоні комфорту і перешкоджають її руху шляхом самореалізації та досягнення життєвого успіху, можна назвати дві основні. По-перше, це переміщення людини із зони стабільності в зону ризику, а по-друге — загроза втрати ідентичності.

Говорячи про ризики, Т. Братан так пояснює основну причину небажання людей виходити із зони комфорту: «Будь-які зміни “виштовхують” людину зі звичної обстановки і змушують адаптуватися до нових умов, пов’язаних з необхідністю освоювати нові знання та вміння, ухвалювати

рішення і нести відповідальність» [11, с. 92]. У нашому випадку, якщо людина вирішить досягти життєвого успіху, ставши, наприклад, приватним підприємцем, вона повинна буде взяти на себе постійну відповідальність за власні дії як активний суб'єкт. При цьому очевидно, що вихід із зони комфорту та певні зусилля зовсім не обов'язково будуть успішними. Крім того, небажання ризикувати і виходити із зони комфорту підсилюється й реакцією людей на об'єктивні умови їх життєдіяльності, бо сучасне суспільство вже само по собі є суспільством ризиків з нестійкою економікою, соціальними інститутами та процесами.

Що стосується зміни ідентичності, то вона може відбуватися в результаті внутрішньої мотивації і цілеспрямованих дій людини, яка самостійно й усвідомлено виходить із зони комфорту та змінює свій статус, а може бути наслідком об'єктивних умов життєдіяльності. Так, після розпаду Радянського Союзу, здобуття незалежності та переходу колишніх республік СРСР, у тому числі України, до ринкових форм економічних відносин, багато людей через об'єктивні причини опинилися в зоні економічного та статусного дискомфорту. За цих умов кожен мав два шляхи: залишитися в зоні мінімального комфорту або вийти з такої зони, змінити професію та освоїтися у новому статусі. Зрозуміло, що цей шлях не був легким і тому пішли ним не всі. Більшість громадян залишилися на попередній роботі, очікуючи, коли все налагодиться і настануть кращі часи. Але знайшлися й такі, хто ризикнув змінити своє життя. В. А. Ядов так описує процес того, як звичайні робітники і службовці почали займатися бізнесом, ставши «човниками», тобто людьми, які самостійно привозили з-за кордону різноманітний товар та реалізовували його [12]. При зміні професійної зайнятості в держустанові на ризиковане заняття бізнесом у цих громадян виникли проблеми з адаптацією до іншої культури, іншої системи цінностей та референтних груп. І тому на першому етапі практично всі прагнули утримати звичну ідентичність учителя, інженера, іншого професіонала. Далеко не всім вдалося подолати ідентифікаційну кризу й адаптуватися в новому життєвому просторі. Деякі вирішили повернутися до роботи за своєю професією. Відбувалося це з різних причин. Хтось зрозумів, що бізнес — це не для нього, інші не змогли впоратися з моральним аспектом нової роботи, оскільки люди, виховані в Радянському Союзі, сприймали образ «бізнесмена» як «торгаша» або спекулянта, що асоціювалося з не досить «благогородним» заняттям, яким займатися професіоналу з вищою освітою просто непристойно.

Але поступово стали відбуватися зміни. На першому етапі люди іще не ідентифікували себе з іншими «човниками», відчували ідентифікаційне напруження, рольову невизначеність і тому вважали своє заняття тимчасовим. Однак багаторазове повторення нових практик і засвоєння нових уявлень

про бізнес у процесі наступних поїздок за товаром та його реалізації поступово формували в масовій свідомості й новий фрейм людини, яка займається бізнесом. У результаті цього у багатьох людей відбулася реідентифікація в новому статусі. Свідченням нової ідентичності, а отже, й переходу до нової зони комфорту стає те, що люди починають розуміти: нова робота не гірше попередньої і навіть навпаки – в ній можна знайти багато переваг (вільний графік роботи, значні фінансові доходи, можливість подивитися інші країни).

Це дозволяє констатувати, що розуміння зони комфорту тільки як повсякденних, постійно повторюваних практик життєдіяльності людини є лише одним з її аспектів. Інший важливий елемент — відповідність соціального статусу та досягнень людини тим, на які вона претендує, та комфортність перебування у цьому статусі. Тому, з нашої точки зору, зону комфорту доцільно визначати як відповідність особистого та соціального життя людини, її статусу, очікуванням та прагненням.

Якщо ж ті чи інші ситуації життєдіяльності не влаштовують людину, створюють фізичний або психологічний дискомфорт, то поступово формується інтерес до їх зміни. Далі починають діяти ціннісні фільтри, які ми для завдань нашого дослідження згрупували в три основні: «дуже важливо», «важливо» та «не важливо». Паралельно людина аналізує витрати і можливі вигоди від розв'язання проблеми, тобто розглядається співвідношення «ризик — вигода». Якщо в перебігу внутрішнього аналізу співвідношення «ризик — очікувані вигоди» виявляється адекватним з точки зору особистості, то потреба класифікується як «дуже важлива» і формується настанова до діяльності. Якщо ж людина вирішує, що ризик, фінансові, моральні та матеріальні витрати на досягнення успіху в тій чи іншій сфері не відповідають можливим вигодам, то відбувається переключення потреби в «не важливу». Слід також додати, що значення ціннісних фільтрів у процесі мотивації діяльності людини стосовно задоволення тих чи інших потреб полягає й у тому, що вони демонструють поточний етап розвитку особистості, її статусні позиції та ранг досягнутого успіху.

До першої групи ми віднесли фізіологічні потреби та потреби в безпеці, котрі, потрапляючи в ціннісні фільтри, однозначно оцінюються як «дуже важливі». Аналіз витрат і вигод, як правило, завершується виходом із зони комфорту, бо нереалізація цієї групи потреб пов'язана зі страхом припинення фізичного існування людини. Ключова цінність — виживання людини як біологічного організму, а основний мотив діяльності — продовження життєдіяльності. Життєвий успіх у цьому разі асоціюватиметься в особистості із забезпеченням мінімального запасу ресурсів, необхідних для виживання. Ранг успіху, якого досягає людина внаслідок діяльності з реалізації цієї

групи потреб, можна характеризувати як «низький», оскільки він доступний практично всім.

До другої групи належать потреби третього щабля, які забезпечують людині мінімальний рівень уже не тільки фізіологічного, а й соціального комфорту. Це потреби — в приналежності і причетності, ідентифікації себе з певною соціальною групою. У формуванні предметного змісту і регулюванні процесу реалізації цих потреб найважливішу роль відіграють соціальні умови життєдіяльності людини, що найчастіше засвоєні некритично, на основі наслідування або ідентифікації себе з оточуючими. Тому фактично ці потреби можна віднести до первинних, оскільки вони реалізовані більшістю громадян даного соціуму. На наш погляд, первинні потреби закінчуються там, де закінчується «як усі», бо бути гірше за інших — соромно. Тому аналіз ієрархії потреб людей обов'язково має передбачати розгляд того, як фреймована та чи інша потреба в конкретному соціальному ландшафті. Мотив реалізації потреб цієї групи — забезпечення мінімального соціального комфорту життєдіяльності людини. Відповідно людина ухвалює рішення вийти із зони комфорту і реалізувати ці потреби, бо в протилежному разі вона відчуватиме, що «гірша за інших». Ранг успіху — «середній», бо він доступний багатьом.

Третя група потреб – це потреби у визнанні, самоствердженні та самоактуалізації. Зрозуміло, що до цієї групи належить і потреба в досягненні життєвого успіху. На жаль, реальність демонструє, що не так багато людей прагнуть досягти життєвого успіху. Чому так відбувається? Річ у тім, що, реалізувавши третю групу потреб і ставши «як усі», людина потрапляє в особисту і мінімальну соціальну зону комфорту, залишати яку і рухатися далі вона вже не воліє. Влаштувавшись на роботу і задовольнивши первинні потреби, більшість поступово формує в собі звичку до рутини повсякденності та не робить спроб що-небудь змінити, наприклад, розвивати кар'єру. При цьому на словах може декларуватися необхідність змін фінансового чи статусного стану, але бажання діяти не виникає. Потреби даного рівня присутні у свідомості особистості, бо ж хто не хоче бути успішним? Однак, пропустивши їх через ціннісні фільтри, люди дуже часто доходять висновку, що фізичні, моральні та матеріальні «витрати» на їх реалізацію є значно більшими, ніж бажання досягти успіху.

У той же час у будь-якому суспільстві завжди існують активні, цілеспрямовані та амбітні люди, спрямовані на реалізацію саме цієї групи потреб. Вони присвячують свій вільний час навчанню та самоосвіті, ставлять різноманітні цілі і досягають їх, постійно виходять із зони комфорту, рухаються уперед та розвиваються. Основним мотивом досягнення успіху виступає

бажання одержати високий соціальний статус і блага, доступні не багатьом. Основна цінність — визнання досягнень людини з боку суспільства та референтних груп. Ранг успіху, якого досягає особистість у результаті діяльності з реалізації цієї групи потреб, характеризується як «високий», оскільки він доступний не всім.

Висновки. Проведене нами дослідження дає змогу констатувати, що у кожної людини одночасно присутні всі види потреб, які вона пропускає через ціннісні фільтри і розглядає в сенсі вигод, одержаних від їх реалізації. Виходячи з того, що будь-які зміни «виштовхують» людину із зони комфорту в зону ризику та невизначеності, реалізуються тільки ті потреби, що оцінюються як «дуже важливі» і незадоволення яких створює фізіологічний, соціальний та психологічний дискомфорт. З огляду на те, що досягнення успіху не є життєво необхідною потребою, часто відбувається відмова від діяльності, спрямованої на реалізацію даної потреби.

Мотивація на досягнення життєвого успіху формується у самостійних та цілеспрямованих людей, які не бажають бути «як усі». Це люди з гнучкою свідомістю, в яких зона комфорту асоціюється з безперервним розвитком і самовдосконаленням.

ЛІТЕРАТУРА

1. Huber R. M. The American idea of success / R. M. Huber – N.Y., 1971. – 328 p.
2. Parker B. Development and validation of a life-success measures scale / B. Parker, Leonard H. Chummier // Psychological Reports. – 1992. – Apr. – Vol. 70 (2).
3. Бевзенко Л. Д. Зміст життєвого успіху: соціально-культурологічний контекст / Л. Д. Бевзенко // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – 2000. – № 1. – С. 34–51.
4. Маркозова О. О. Роль культури у розумінні життєвого успіху людиною європейської ментальності / О. О. Маркозова // Вісн. Нац. ун-ту «Юрид. акад. України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія / редкол. А. П. Гетьман та ін. – Х. : Право, 2013. – № 2 (16). – С. 327–336.
5. Маркозова О. О. Соціальний успіх особи у контексті історичних практик свободи / О. О. Маркозова // Вісн. Нац. ун-ту «Юрид. акад. України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія / редкол. А. П. Гетьман та ін. – Х. : Право, 2013. – № 3 (17). – С. 169–178.
6. Маркозова О. О. Самостійність людини як основна передумова досягнення життєвого успіху / О. О. Маркозова // Вісн. Нац. ун-ту «Юрид. акад. України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія / редкол. А. П. Гетьман та ін. – Х. : Право, 2013. – № 4 (18). – С. 151–159.
7. Maslow A. Motivation and Personality / A. Maslow. – N. Y. : Harper & Row, 1954. – 350 p.
8. Спивак В. А. Корпоративная культура / В. А. Спивак. – СПб.: Питер, 2001. – 352 с.

9. Hall E. The Silent Language / E. Hall. – N. Y. : Doubleday, 1959. – 144 p.
10. Шюц А. Структура повседневного мышления / А. Шюц // Социолог. исслед. – 1993. – № 2. – С. 129–137.
11. Brian T. Come out of your comfort zone. Change your life / T. Brian. – N.Y., 2008. – 172 p.
12. Ядов В. А. Попытка переосмыслить концепцию фреймов Ирвинга Гофмана / В. А. Ядов // Журн. социологии и соц. антропологии. – 2011. – № 2 (Т. 14). – С. 85–97.

МЕХАНИЗМ МОТИВАЦИИ ДОСТИЖЕНИЯ ЖИЗНЕННОГО УСПЕХА ЧЕЛОВЕКА

Маркозова Е. А.

Проанализирован механизм мотивации достижения жизненного успеха человека. Показано, что все потребности личность пропускает через три ценностных фильтра и рассматривает их в смысле выгод, полученных от их реализации. Констатируется, что реализуются только те потребности, которые оцениваются человеком как «очень важные». Учитывая, что любые изменения требуют выхода человека из зоны комфорта в зону риска, а достижение успеха не является жизненно необходимой потребностью, часто происходит отказ от деятельности по реализации этой потребности. Доказано, что мотивация на достижение успеха формируется у целеустремленных и самостоятельных людей, у которых зона комфорта ассоциируется с постоянным развитием и самосовершенствованием.

Ключевые слова: человек, общество, жизненный успех, мотивация, потребности, зона комфорта.

MECHANISM OF ACHIEVEMENT MOTIVATION HUMAN LIFE SUCCESS

Markozova E. A.

The analysis of the mechanism of motivation to achieve success in life man. It is shown that all the needs of the personality passes through three filters and treats the value in terms of benefits derived from their implementation. It is concluded that sold only needs that are valued by man as «very important». Given that any changes require the release of human comfort zone into a zone of risk, and success is not a vital necessity, often occurs abandonment of efforts to implement this requirement. It is proved that the motivation to succeed in targeted emerging and independent people, where comfort zone associated with the ongoing development and self-improvement.

Key words: people, society, life success, motivation, needs, comfort zone.

