

**Стовба Н.І.,  
Чеботарьова А.І.**

*Донецький інститут післядипломної освіти  
Інженерно-педагогічних працівників  
ДВНЗ «Університет менеджменту освіти»  
НАПН України*

## **МОТИВИ ЧИТАННЯ ТА САМОПРОЕКТУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ЗРОСТАННЯ ФАХІВЦЯ**

*Стаття присвячена вивченню домінуючих мотивів читання та ступеня їх виразності у дорослих людей. Для дослідження мотивів читання використовувалася техніка репертуарних ґрат, що дала змогу виявити значно цікавішу інформацію, ніж традиційні методи опитування.*

**Ключові слова:** професійне самопроєктування, мотиви читання, зміст мотивів, техніка репертуарних ґрат.

### **Постановка проблеми**

Невід'ємним компонентом професіоналізму фахівця виступає здатність його до саморозвитку. Саморозвиток — це творчий процес, спрямований на розкриття потенціалу в тій або іншій професійній галузі. Здатність до активно-творчої позиції здобувається людиною самостійно в результаті тривалих ціле-спрямованих зусиль, спрямованих на зміну самої себе на основі самопроєктування.

Теоретичні основи професійного самопроєктування викладені у працях І.Батракової, В.Безрукова, Є.Заїр-Бек, В.Клейман, М.Поташніка, В.Сластьоніна, А.Счастливцева, А.Тряпціної, П.Щедровицького та ін.

О.Леонтьєв розглядає самопроєктування як сутнісну природу людини, що знаходить вираження в її «здатності будувати саму себе, а виходить, постійно змінювати зміст відповіді на запитання про її власну сутність» [1].

Самопроєктування припускає не тільки побудову динаміки свого професійного зростання, а й власну діяльність щодо здійснення цього проєкту. Безумовно, це можливо лише за умови самостійного оволодіння знаннями. Зазначимо, що професіонали, майстри своєї справи вміють здобувати знання з будь-якої інформації, отриманої з різних джерел, а не лише з навчальної літератури. Зрозуміло, що професійне зростання фахівця припускає вивчення матеріалу, пов'язаного зі спеціальністю, з використанням читання як виду мовленнєвої діяльності, завдяки якій надалі будуть реалізовуватися професійні потреби фахівця. Тому професійно спрямоване читання слід розглядати як одну з

підсистем самопроєктування професійного зростання.

К.Саломатов та С.Шатилов на перший план ставлять інформативний аспект читання і визначають його як рецептивний вид діяльності, який є одним з найважливіших засобів мовної комунікації і являє собою процес здобування інформації з письмового тексту [2]. Слід підкреслити, що фахівця цікавить лише та інформація, яка здатна задовольнити його потреби і заповнити інформаційний дефіцит, виходячи з конкретних цілей професійної діяльності. Фахівець, зацікавлений у своєму саморозвитку, читаючи, ніби розмовляє з автором тексту, погоджується або сперечається з ним, поділяє його погляди або навпаки, шукає підтвердження власним.

У фахівця, що прагне осягти зміст прочитаного, існують певні внутрішні настанови, свого роду внутрішні форми свідомості. У процесі читання він пізнає світ та самого себе. Цей процес унікальний з погляду неможливості його підміни якоюсь іншою формою людської діяльності. За допомогою читання вимальовується якась внутрішня схема самопізнання й самопроєктування, що не зводиться до змісту прочитаного. У людини, що читає текст, виникають думки, часом досить далекі від тих подій або фактів, що є у змісті тексту, й народжуються різноманітні, часом і взаємовиключні думки й емоції. Врахування цього дає змогу виявити специфіку професійно-практичної потреби людини в читанні, коли особливості професійного самопроєктування особистості характеризуються не просто читанням літератури, необхідної для виконання діяльності, а саме перевагою креативного боку читання, використання її як фундаменту, або «трампліна» для розвитку власних думок.

## **Виклад основного матеріалу**

Нині у нашій країні недостатньо досліджень щодо вивчення мотивів читання дорослих людей. У більшості досліджень описуються мотиви читання учнів різного віку в період навчання в школі. До того ж, вони переважно стосуються вивчення окремих джерел інформації, найчастіше навчальної та художньої літератури.

Щодо методів дослідження, то традиційно мотиви читання вивчаються за допомогою різних видів опитування (бесід, анкет тощо). Нерідко авторами анкет закладалися різні варіанти можливих відповідей, і той, хто відповідає, повинен тільки вибрати одну з них, правильну, на його думку. Такі методи, маючи низку переваг (оперативність та масовість опитування), у той самий час не дають змогу виявити силу спонукання та різноманітність мотивів, бо вони обмежені думкою тих людей, що розробляли анкету.

*Метою* нашого дослідження було виявити прагнення і мотиви дорослих людей під час одержання інформації з різних джерел. Для цього було застосовано метод репертуарних ґрат. Цей метод, або як його ще іноді називають

*техніка репертуарних ґрат* (ТРГ), був запропонований у 50-х роках минулого століття американським психологом Дж.Келлі для вивчення того, як людина сприймає, інтерпретує, оцінює та прогнозує свій життєвий досвід і навколишній світ. Келлі розробляв ТРГ у межах своєї теорії особистісних конструктів.

ТРГ не є тестом у звичайному розумінні цього слова, оскільки вона не припускає порівняння оцінок і реакцій конкретної людини з якимись груповими нормами, хоча це й можливо. Вона частіше використовується як інструмент виявлення системи особистісних конструктів, що лежать в основі суб'єктивних оцінок і припущень особистості.

Основні типи та характеристики конструктів викладені у працях [3; 4]. У загальному вигляді репертуарні ґрати мають вид таблиці, що заповнюється тим, кого досліджують за певними правилами. У більшості випадків конструкти представлені у вигляді рядків, а елементи оцінювання — у вигляді стовпчиків. Виявлення особистісних конструктів людини, що досліджується, є основною метою техніки репертуарних ґрат.

Репертуарний тест Дж.Келлі давно зарекомендував себе як надійний інструмент для виявлення особистісних проблем і широко застосовується у психодіагностичних і дослідницьких цілях. Є досвід використання ТРГ (у модифікації І.Шкуратової) для діагностики особливостей міжособистісного спілкування [4], однак випадки застосування ТРГ для дослідження мотивів читання нам невідомі.

Як елементи ТРГ найчастіше використовуються імена людей, назви речей, подій, видів діяльності, і, як правило, мають форму іменників. У нашому дослідженні як елементи виступали назви джерел інформації: підручники, журнали, книжки, SMS-повідомлення мобільних телефонів, документи, інформація з Internet. Цей список джерел кожен досліджуваний складав самостійно, керуючись певними правилами, які були наведені в інструкції до завдання. Назвемо ці правила:

- джерела інформації мають бути реальними, якими той, хто заповнює матрицю, користується або користувався ними раніше;
- джерела інформації слід конкретизувати, наприклад: журнал науковий, жіночий чи розважального характеру;
- до списку джерел інформації мають бути внесені і ті, якими людина користувалася, але з якоїсь причини це джерело йому не сподобалось або залишило в нього відчуття незадоволеності або нерозуміння. Ці джерела позначаються знаком «–» у верхній частині відповідного стовпчика.

Основним елементом ТРГ є конструкт. Конструкт — це те, чим два або кілька елементів подібні між собою і/або відмінні один від одного. Конструкт завжди біполярний, він має два полюси (наприклад, «подобається — не подобається», «легко запам'ятовується — важко запам'ятовується»), тобто це основний параметр оцінювання.

Конструкт є власним продуктом особистості, яка його створює для цілей диференціації елементів, користуючись своїми знаннями і своїм словниковим запасом. Тому конструкт дуже суб'єктивний, однак саме цим він і цікавий, оскільки «мовить» язиком того, хто його складає, тобто відбиває особистісні особливості його творця. У якості конструкта саме й виступали мотиви читання. На рис. 1 подано графічну форму репертуарних ґрат.

№	Джерела інформації												Прізвище _____		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Мотиви читання		
													К М <sub>2</sub>	В М <sub>2</sub>	
1															
2															
3															
4															
5															
6															
7															
8															
9															
10															
11															
12															
К М <sub>1</sub>															
В М <sub>1</sub>															

Рис. 1. Репертуарні ґрати для вивчення мотивів читання

Як бачимо, репертуарні ґрати — це матриця, рядками якої є конструкти (мотиви читання), за якими оцінюються елементи (джерела інформації), що становлять стовпчики. Цифра, зазначена на перетинанні рядка зі стовпчиком подає інформацію про оцінювання конкретного джерела інформації з конкретного мотиву, який спонукає особу звертатися до нього. Оцінювався мотив читання кожного джерела інформації окремо за шкалою:

2 бали — мотив сильно виражений і часто виявляється при звертанні до цього джерела інформації;

1 бал — мотив не дуже сильно виражений або тільки іноді виявляється при звертанні до цього джерела інформації;

0 балів — мотив невизначений.

Мотиви читання оцінювалися за показниками: кількістю, різноманітністю, змістом та ступенем виразності мотиву. Спочатку підраховувалась кількість мотивів (КМ<sub>1</sub>), їх спрямованість при зверненні до різних джерел інформації. Цей показник дає уяву про те, наскільки різноманітна мотивація людини при звер-

ненні до цього джерела. Чим більше число, тим більше полімодальна мотивація читання.

Ще один показник — величина мотивації ( $BM_1$ ) при зверненні до конкретного джерела інформації — визначався через підсумовування чисел у стовпчику. Він залежить не тільки від кількості мотивів, а й від ступеня їх виразності. Частка від розподілу  $BM_1/n$  показує середню величину мотивації читання, що відбиває прагнення людини до читання конкретного джерела інформації.

Аналіз змісту мотивів дав змогу виявити домінуючі мотиви читання. Для обчислення ступеню виразності кожного із зазначених особою мотивів підраховувалось число джерел  $KM_2$  (за рядком), стосовно яких цей мотив читання виявився, і величина мотивації  $BM_2$  — ступінь, що показує виразність кожного конкретного мотиву читання. Показник  $BM_2$  дає змогу проранжувати мотиви читання від найбільш вираженого до найменш вираженого.

Дослідження проводилося у Донецькому інституті психології і підприємництва й мало пілотажний характер. У ньому брали участь 46 студентів віком від 19 до 22 років, які навчаються за гуманітарними спеціальностями.

Опрацювання результатів дослідження показало, що переважними джерелами інформації для студентів є електронні книги й статті з Інтернету, звичайні підручники та навчальні посібники, далі — жіночі журнали (87% опитаних становили дівчата) й інформація на телебаченні. Звертає увагу той факт, що в якості джерела інформації SMS-повідомлення (6 позиція з 37) виступають частіше, ніж словники, довідники (9) або конспекти лекцій (19), а надписи на паркані та у під'їзді (16 позиція) цікавлять більше, ніж твори класичної літератури (23) та зміст періодичних видань (остання 37 позиція).

Що ж стосується мотивів читання, то вони більш різноманітні, за джерелами інформації і, природно, носять особистісний характер. Навести їх в повному обсязі не дають змоги розміри статті, тому наведемо тільки групи мотивів, що були виокремлені.

1. *Пізнавальні мотиви* вказують на бажання довідатися про щось нове, знати новини, одержати знання, розширити кругозір, поповнити словниковий запас (з відповідей студентів).

2. *Ділові мотиви*. Інформація потрібна для здійснення якоїсь діяльності: для виконання домашніх завдань або для виконання справи.

3. *Використати вільний час*. Читання дає змогу використати вільний час одним читачам із задоволенням, інші починають читати від нудьги, бо немає чим зайняти вільний час.

4. *Емоційні мотиви* дають змогу читачам розважитись, отримати задоволення від самого процесу читання, у деяких викликають стан ліричності, сльози, переживання щиросердності.

5. *Мотиви самопізнання і самоствердження* викликані бажанням удос-

коналити себе, загального розвитку, вивчити мову, або читачі мають особистісний інтерес до самопізнання, бажають підтвердження своєї особистості та задоволення духовних потреб.

6. *Мотиви пошуку ідентичності* переважають у тих, хто шукає особистісний образ, потребує інформації про розвиток особистості, прагне бути жінкою відповідно до моди.

7. *Мотиви спілкування* спонукають до пошуку інформації з життя інших людей: читати плітки, цікавитися новими подіями із життя знайомих, мати теми для спілкування та обміну інформацією.

8. *Мотиви гри та розваги* переважають у тих, хто шукає інформацію для хобі, для того, щоби весело провести час.

9. *Мотиви, спрямовані на вирішення конкретних життєвих проблем*, коли інформація потрібна для придбання досвіду, має життєвий повчальний характер, дає можливість дізнатися, що відбувається в інших людей, знайти щось корисне для себе.

10. *Егоцентричні мотиви* спонукають читати рекламу, об'яви, інформацію на біг-бордах, квитках (знайти «щасливий квиток»), документах, інформацію для підтвердження власної позиції, для отримання матеріальних благ, винагороди, вигоди, довідатися про товар, акції, роботу.

11. *Мотиви психологічного захисту* дають змогу відволіктися від думок, підняти настрій, зменшити відчуття самотності, повернутися в дитинство, компенсувати відсутність спілкування.

12. *Мотив відпочинку* від буденності та як форма сімейного відпочинку.

13. *Мотив зручності в отриманні інформації* відзначає значна кількість читачів, бо читати можна, де завгодно, як завгодно, коли завгодно.

Разом з тим відповідачі вказали і на причини, що стримують їх від читання зокрема: при читанні псується зір, відбувається погіршення настрою від розчарування після прочитаної книжки.

## **Висновки**

1. У фахівців, схильних до самопроекування професійного зростання, як правило, існує професійно-практична потреба в читанні,

2. Для дослідження мотивів читання дорослих людей може використовуватися техніка репертуарних ґрат, яка дає значно більше інформації, ніж традиційні методи опитування і дає змогу виявляти справжні мотиви читання особистості, а не нав'язувати їх ззовні.

## **ЛІТЕРАТУРА**

1. Леонтьев А.А. Педагогическое общение / А.А.Леонтьев. — М.: Смысл, 1999. — 340 с.

2. Саломатов К.И. Практикум по методике преподавания иностранных языков / К.И.Саломатов, С.Ф.Шатилов. — М.: Просвещение, 1985. — 224 с.

3. Франселла Ф. Новый метод исследования личности: руководство по репертуарным личностным методикам / Ф.Франселла, Д.Баннистер. — М.: Прогресс, 1987. — 234 с.

4. Шкуратова И.П. Диагностика межличностных отношений с помощью техники репертуарных решеток / И.П.Шкуратова. — Ростов-н/Д.: Изд-во РГУ, 2000. — 33 с.

*Статья посвящена изучению доминирующих мотивов чтения и степени их выраженности у взрослых людей. Для исследования мотивов чтения применялась техника репертуарных решеток, которая позволила выявить более интересную информацию, чем традиционные методы опроса.*

**Ключевые слова:** профессиональное самопроектирование, мотивы чтения, содержание мотивов, техника репертуарных решеток

*The article is devoted to study of the dominant motives of reading and the degree of severity in adults. We used the **repertory grid technique** for research the motives reading. It has more interesting information than traditional survey methods.*

**Key words:** professional self planning, the motives reading, the contents of motives, the repertory grid technique.