# *1*

1. Введение. 3
2. Мотивация как процесс. 3
3. Мотивация, обусловленная внешними второсигнальными стимулами. 5
4. Прямые неимперативные формы организации мотивационного процесса. 6
5. Внешнее внушение как средство психологического воздействия на процесс формирования мотива. 7
6. Прямые императивные формы организации мотивационного процесса. 8
7. Манипуляция. 10
8. Мотивация, вызванная привлекательностью объекта. 10
9. Проблемы практического подхода к мотивации личности. 11
10. Теории мотивации. 14
11. Заключение. 14
12. Список литературы. 15

# Введение.

**Проблема мотивации и мотивов поведения – одна из стержневых в психологии. «Откуда берутся и как возникают мотивы и цели индивидуальной деятельности? Что они собой представляют? Разработка этих вопросов имеет огромное значение не только для развития теории психологии, но и для решения многих практических задач» пишет Б.Ф.Ломов.**

**Для чего нам необходимо изучение мотивации? Вспомним книгу Д.Карнеги: «Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей». Через всю эту книгу идет одна основная мысль. Единственная возможность заставить человека сделать чего-либо – это сделать так, чтобы он сам захотел сделать это.**

**Изучение мотивации нам необходимо, так как это один из методов управления личностью, воздействия на ее потребности и желания.**

# Мотивация как процесс.

**Мотивация как психологическое явление трактуется по-разному. В одном случае – как совокупность факторов, определяющих поведение. В другом – как совокупность мотивов. В третьем – как побуждение, вызывающее активность организма и определяющее ее направленность. И так далее. Для однозначности восприятия понятия «мотивация» в данном тексте мы будем рассматривать мотивацию как динамический процесс формирования мотива (как основания поступка).**

**Довольно часто психологи в своих теоретических работах пытаются рассмотреть отдельно мотивацию внешнюю – экстринсивную и внутреннюю – интринсивную. Но на практике человек не может не зависеть в своих решениях и поступках от влияния окружения. То есть на внутреннюю мотивацию оказывают влияние внешние факторы. Говоря о внешней мотивации необходимо принять во внимание, что обстоятельства, условия, ситуации приобретают значение для мотивации только тогда, когда становятся значимыми для человека, для удовлетворения потребности, желания. Поэтому внешние факторы должны в процессе мотивации трансформироваться во внутренние.**

**В.Г.Асеев считает, что важной особенностью мотивации человека является двумодальное, положительно-отрицательное ее строение. При положительной мотивации у человека возникает побуждение к непосредственной реализации потребности. Отрицательная мотивация, напротив, выступает как самозапрет, тормозящий побуждения к реализации потребности. Например, нахождение рядом с объектом своего влечения может вызвать как положительную мотивацию, так и отрицательную (в случаи неразделенной любви).**

Мотивация, рассматриваемая как процесс, теоретически может быть представлена в виде шести следующих одна за другой стадии.

**Естественно, такое рассмотрение процесса носит достаточно условный характер, так как в реальной жизни нет столь четкого разграничения стадий и нет обособленных процессов мотивации. Однако для уяснения того, как разворачивается процесс мотивации, какова его логика и составные части, может быть приемлема и полезна ниже приводимая модель.**

**Первая стадия – возникновение потребностей. Потребность проявляется в виде того, что человек начинает ощущать, что ему чего-то не хватает. Проявляется она в конкретное время и начинает “требовать” от человека, чтобы он нашел возможность и предпринял какие-то шаги для ее устранения. Потребности могут быть самыми различными. А.Маслоу (Маслов) делит их на условные пять групп:**

1. **Физиологические потребности**
2. **Потребности в безопасности**
3. **Социальные потребности**
4. **Потребности в уважении**
5. **Потребности в самореализации**

**Вторая стадия – поиск путей устранения потребности. Раз потребность возникла и создает проблемы для человека, то он начинает искать возможности устранить ее: удовлетворить, подавить, не замечать. Возникает необходимость что-то сделать, что-то предпринять.**

**Третья стадия – определение целей (направления) действия. Человек фиксирует, что и какими средствами он должен делать, чего добиться, что получить для того, чтобы устранить потребность. На данной стадии происходит увязка четырех моментов:**

1. **что я должен получить, чтобы устранить потребность;**
2. **что я должен сделать, чтобы получить то, что желаю;**
3. **в какой мере я могу добиться того, чего желаю;**
4. **насколько то, что я могу получить, может устранить потребность.**

**Четвертая стадия – осуществление действия. На этой стадии человек затрачивает усилия для того, чтобы осуществить действия, которые, в конечном счете, должны предоставить ему возможность получения чего-то, чтобы устранить потребность. Так как процесс работы оказывает обратное влияние на мотивацию, то на этой стадии может происходить корректировка целей.**

**Пятая стадия – получение вознаграждения за осуществление действия. Проделав определенную работу, человек либо непосредственно получает то, что он может использовать для устранения потребности, либо то, что он может обменять на желаемый для него объект. На данной стадии выясняется то, насколько выполнение действий дало желаемый результат. В зависимости от этого происходит либо ослабление, либо сохранение, либо же усиление мотивации к действию.**

**Шестая стадия – устранение потребности. В зависимости от степени снятия напряжения, вызываемого потребностью, а также от того, вызывает устранение потребности ослабление или усиление мотивации деятельности, человек либо прекращает деятельность до возникновения новой потребности, либо продолжает искать возможности и осуществлять действия по устранению потребности.**

# Мотивация, обусловленная внешними второсигнальными стимулами.

Под внешнеорганизованной мотивацией нами будет пониматься воздействие на процесс мотивации субъекта А со стороны субъекта(ов) Б. Речь идет о влияние одного субъекта на мотивационный процесс другого субъекта, а не о формировании мотива посторонним человеком.

**Нельзя извне в процессе воспитания формировать мотивы, на что уповают многие педагоги. Можно только способствовать этому процессу. Мотив – сложное психологическое образование, которое должен построить сам субъект. Следовательно, извне формируются не мотивы, а мотиваторы.**

**При внешнеорганизационной мотивации может происходить конкурентная борьба мотиваций двух взаимодействующих в процессе общения субъектов. Поэтому психология воздействия на субъект А со стороны субъекта Б может привести как к согласию, так и к отказу первого выполнить просьбу, требование и т.п. Однако это не значит, что отказ человека выполнить просьбу или приказ не мотивирован. При отказе формируется мотив не действия, а поступка.**

# Прямые неимперативные формы организации мотивационного процесса.

К прямым неимперативным формам воздействия относятся просьба, предложение (совет) и убеждение.

**Просьба. Этот метод используют, когда не хотят придавать воздействию официальный характер или когда кто-то нуждается в помощи. Во многих случаях субъектам (особенно детям и подчиненным) льстит, что вместо приказа старший по возрасту или должности просит, тем самым показывается зависимость просящего от того к кому он обращается.**

**Просьба оказывает большое влияние, если облекается в ясные и вежливые формулировки и сопровождается уважением к праву отказать.**

**Предложение (совет). Предложить кому-либо что-то – значит представить на обсуждение это что-то как известную возможность (вариант) решения проблемы. Принятие субъектом предложения зависит от степени безвыходности положения, в котором он находиться, от авторитетности лица, которое предлагает, от привлекательности предлагаемого и от особенностей личности самого субъекта. Так, например холерик на предложение скорее ответит сопротивлением, сангвиник проявит к нему любопытство, меланхолик ответит избеганием, а флегматик – отказом или затяжкой времени, так как ему нужно разобраться в предложении.**

**Убеждение. Это метод воздействия на сознание личности через обращение к ее собственному критическому суждению. Основой убеждения служит разъяснение сути явления, причинно-следственных связей и отношений, выделение социальной и личностной значимости решения того или иного вопроса. Убеждение можно считать успешным, если человек оказывается в состоянии самостоятельно обосновать принятое решение, оценивая его положительные и отрицательные стороны. Убеждение как психологическое воздействие должно создавать у человека убежденность в правоте другого и собственную уверенность в правильности принимаемого решения.**

**Сопротивление субъекта убеждающим воздействиям зависит от его морального состояния. При подавленности человека, понимании им бесперспективности того, что он делал раньше, его сопротивление резко уменьшается.**

# Внешнее внушение как средство психологического воздействия на процесс формирования мотива.

В ряде случаев эффективным средством воздействия со стороны на процесс образования мотива является внешнее внушение. Оно понимается как психологическое воздействие одного человека (суггестора) на другого (суггерента), осуществляемого с помощью речи и неречевых средств общения и отличается сниженной аргументацией со стороны суггестора и низкой критичностью при восприятии внушаемого содержания со стороны суггерента. Внушение, принимаемое суггерентом, становиться его внутренней установкой, которая направляет и стимулирует его активность при формировании намерения.

Существует три формы внушения: сильное уговаривание, давление и эмоционально-волевое воздействие.

По критерию наличия цели выделяют преднамеренное и непреднамеренное внушение. Первый вид внушения характеризуется наличием конкретной цели: суггестор знает, сто и кому он хочет внушить. Характерной особенностью непреднамеренного внушения является то, что человек, производящий его, сам может этого и не подозревать.

По содержанию внушение определяют как специфическое и неспецифическое. Непосредственное отношение к мотивации имеет только специфическое внушение, так как с его помощью внушаются конкретные мысли, действия и поступки.

По способу воздействия внушение делиться на прямое (открытое) и косвенное (закрытое). Первое характеризуется открытостью цели внушения, прямой направленностью на конкретного человека. Прямое внушение применяется, если человек не оказывает сопротивления или если оно не очень большое. Косвенное внушение характерно опосредованным воздействием на внушаемого. Содержание внушения включается в передаваемую информацию в условном или скрытом виде.

# Прямые императивные формы организации мотивационного процесса.

К прямым императивным формам воздействия относятся приказы, требования, принуждение.

Приказ, требование. В случае приказа, требования особенностью формирования мотива является то, что человек принимает их как цель. В связи с этим В.А.Иванников говорит о двух родах целей: цель как конкретное наполнение мотива и цель, задаваемая другими людьми и обществом в целом.

Формирование мотива при заданной извне цели происходит по следующей схеме:

1. Задаваемая цель (приказ, требование);
2. Осознание задаваемой цели и ее значимости для других;
3. Осознание значимости цели для себя с учетом:
	1. необходимости действий в связи с выполняемой ролью, с чувством долга;
	2. последствиями в случаи согласия или отказа;
	3. собственных интересов.
4. Актуализация потребностей:
	1. в самоуважении;
	2. в самосохранении (избежании наказания).
5. Учет возможностей, ситуаций;
6. Принятие решения;
7. Намерение (побуждение к действию)
8. Действие;
9. Реальная цель.

Приказ или требование как форма воздействия могут использоваться в случаях, когда один человек имеет право распоряжаться поведением другого (других). Требование воспринимается как проявление власти над другим. Это приводит к внутреннему сопротивлению выдвигаемым требованиям.

Снять эту негативную реакцию можно путем тщательной аргументации выдвигаемого требования. Это способствует осознанному, а не слепому выполнению требования. Тогда требование становиться из внешнего побудителя внутренним.

Принуждение. Эта форма воздействия используется обычно тогда, когда другие методы воздействия на мотивацию оказываются недейственными или когда нет времени, чтобы их использовать.

Принуждение действенно только в том случае, если принуждающий имеет более высокий статус, чем принуждаемый.

Положительной стороной принуждения является то, что оно может способствовать снятию конфликтной ситуации на данном отрезке времени и выполнению субъектом необходимых действий. Кроме того, это один из способов воспитания чувства долга. «Человек, который не умеет принудить себя делать то, чего не хочет, никогда не достигнет того, чего хочет», - писал К.Д.Ушинский.

# Манипуляция.

Под манипуляцией понимают скрытое от адресата побуждение его к изменению отношения к чему-либо, принятию решений и выполнению действий, необходимых для достижения манипулятором собственных целей. При этом важно, чтобы адресат считал эти мысли своими собственными, а не «наведенными» извне и признавал себя ответственным за них.

# Мотивация, вызванная привлекательностью объекта.

Рассмотрим вариант формирования мотива, когда в качестве стимулятора поведения оказываются привлекательные объекты. Исследования К.Левина показали, что предметы, окружающие нас, способны побуждать человека к определенным действиям: красивый ландшафт влечет к прогулкам, пирожное и шоколад «хотят быть съеденными». К.Левин различает «позитивный» и «негативный» характер требований. Одни вещи побуждают стремиться к ним, а другие – отталкивают.

К мотивации, вызванной привлекательностью объекта, относят такие психологические механизмы воздействия как заражение и подорожание.

Заражение. Заражение как психологический механизм как процесс передачи эмоционального состояния от человека или группы другому (другим). Особенно ярко проявляется в трудовом энтузиазме, в воодушевлении болельщиков на стадионе.

Подражание – это следование какому-либо примеру, образцу, принятие и воспроизведение внешних и внутренних особенностей других людей, привлекательных для данного субъекта.

Выделяют разные виды подражания: непроизвольное и произвольное, логическое и внелогическое, внутреннее и внешнее, подражание-мода и подражание-обычай, и т.д. (Например, придворных – королю, служащих аппарата – его руководителю; вспомним «увлечение» многих высших функционеров теннисом.)

# Проблемы практического подхода к мотивации личности.

**Знание логики процесса мотивации не дает существенных преимуществ в управлении этим процессом. Можно указать на несколько факторов, которые усложняют и делают неясным процесс практического развертывания мотивации. Важным фактором является не очевидность мотивов. Можно предполагать, догадываться по поводу того, какие мотивы действуют, но в явном виде их “вычленить” невозможно.**

**Следующим важным фактором является изменчивость мотивационного процесса. Характер мотивационного процесса зависит от того, какие потребности инициируют его. Однако сами потребности находятся между собой в сложном динамическом взаимодействии, зачастую противореча друг другу либо же, наоборот, усиливая действия отдельных потребностей – при этом составляющие этого взаимодействия могут меняться во времени, изменяя направленность и характер действия мотивов поэтому даже при самом глубоком знании мотивационной структуры человека, мотивов его действия могут возникать непредвиденные изменения в поведении человека и непредвиденная реакция с его стороны на мотивирующие воздействия.**

Еще одним фактором, делающим мотивационный процесс каждого конкретного человека уникальным и не на сто процентов предсказуемым, является различие инновационных структур отдельных личностей. Разная степень влияния одинаковых мотивов на различных людей, различная степень зависимости действия одних мотивов от других. У одних людей стремление к достижению данного результата может быть очень сильным, у других же оно может быть относительно слабым. В этом случае один и тот же мотив будет по-разному действовать на поведение людей. Возможна и другая ситуация: два человека имеют одинаково сильный мотив на достижение результата. Но у одного этот мотив доминирует над всеми другими, и он будет добиваться результата любыми способами. У другого же этот мотив соизмерим по силе действия с мотивом на соучастие в совместных действиях. В этом случае данный человек будет вести себя по-другому.

С другой стороны сила воздействия одного и того же мотиватора неодинакова, а порой и противоположна, для разных людей. Сила воздействия того или иного мотиватора зависит от свойств личности (таб.1), от его пола (таб.2) и возраста (граф.1) и т.д.

*Таблица 1*

Связь выбора мотиваторов с типическими свойствами личности. (А.В.Ермолин)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Свойства личности | Степень выражен-ности | Компоненты мотива |
| П | Д | Му | Предп | НК | Пп | Ов | Цп | Од | Пудп |
| Внеш | Внутр | Дек | Недек |
| Экстраверсия | НизкаяВысокая | + | + | + | + | + |  | + | + | + | + |  | + |
| Нейротизм | НизкаяВысокая | + | + |  | + | + |  | + | + |  | + | + | + |
| Самооценка | НизкаяВысокая | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| Потребность в достижении | НизкаяВысокая |  | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |
| Избегание неудачи |  | + |  |  |  |  | + |  |  | + |  |  | + |
| Стремление к успеху |  |  | + | + |  |  |  |  | + |  | + | + |  |
| Импуль-сивность | НизкаяВысокая | + | + | + | + | + |  | + |  |  |  |  |  |
| Локус контроля | НизкаяВысокая | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + | + |

*Таблица 2*

Связь выбора мотиваторов с полом опрашеваемых

|  |  |
| --- | --- |
|  Пол опрошенных | Компоненты мотива |
| П | Д | Му | Предп | НК | Пп | Ов | Цп | Од | Пудп |
| Внеш | Внутр | Дек | Недек |
|  Мужской | + |  |  |  |  | + |  |  | + | + |  |  |
|  Женский |  | + | + | + |  |  |  |  |  |  | + |  |

Расшифровка обозначений:

П – потребность (хотел есть; хотел показать, проверить себя);

Д – долженствование, обязанность (должен это сделать…);

Му – мотивационная установка (обещал…);

Предп. Внеш. – предпочтение внешнее (некрасиво, красиво…);

Предп. Внутр. – предпочтение внутреннее (нравиться, люблю…);

НК Дек. – нравственный контроль декларируемый (нельзя отрываться от коллектива, старость надо уважать…);

НК Недек. – нравственный контроль недекларируемый (должен же это кто-то сделать);

Пп – прогнозирование последствий (это может привести к…);

Ов – оценка своих возможностей (закаленный, сильный, смелый…);

Цп – потребностная (смысловая) цель (заслужить похвалу, утолить голод …);

Од – опредмеченное действие (включить свет, выпить сок…);

Пудп – процесс удовлетворения потребности (попить, получить удовлетворение);

*График 1*


# Теории мотивации.

Неоднозначная реакция конкретной личности на те или иные воздействия не дает четкого рецепта управления поведением человека. Попытки разрешить эту проблему привели к появлению множества различных теорий мативации. С точки зрения классификации Х.Шольца, представляется целесообразным их деление – в зависимости от предмета анализа – на три главных направления:

1. Теории, в основе которых лежит специфическая картина работника – эти теории исходят из определенного образа работника, его потребностей и мотивов. К ним относятся такие как «XY-теория» Макгрегора, теория «Z» Оучи …
2. Внутриличностные теории – анализируют структуру потребностей и мотивов личности и их проявление. Это теория иерархии потребностей А.Маслоу, теория потребностей К.Альдерфера, теория двух факторов Ф.Херцберга…
3. процессуальные теории – выходят за рамки отдельного индивида и изучают влияние на мотивацию различных факторов среды. К теориям этого типа относят теорию трудовой мотивации Д.Аткинсона, теория справедливости С.Адамса, теория мотивации В.Врума…

Хотя между этими теориями существуют принципиальные отличия, они тем не менее имеют нечто общее в своей основе, что отражает определенную общность в мотивации человека к действиям.

# Заключение.

Мотивация является ключом к поведению человека. Не только внешняя среда и ситуация определяет состояние личности, но и ее внутренние причины. Вот несколько правил, которые помогут в управлении мотивацией.

Первое правило: ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ ПОДКРЕПЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНЕЕ И КОНСТРУКТИВНЕЕ ОТРИЦАТЕЛЬНОГО, ОСОБЕННО В ДОЛГОСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ.

Второе правило: ПОДКРЕПЛЕНИЕ ДОЛЖНО БЫТЬ КОНКРЕТНЫМ И БЕЗОТЛАГАТЕЛЬНЫМ. ЧЕМ МЕНЬШЕ ВРЕМЕННОЙ ИНТЕРВАЛ, ТЕМ БОЛЬШЕ ЭФФЕКТ.

Третье правило: НЕПРЕДСКАЗУЕМЫЕ И НЕРЕГУЛЯРНЫЕ ПООЩРЕНИЯ СТИМУЛИРУЮТ ЛУЧШЕ, ЧЕМ ОЖИДАЕМЫЕ И ПРОГНОЗИРУЕМЫЕ.

Четвертое правило: ПРОЯВИТЕ ИСКРЕННЕЕ ВНИМАНИЕ К ОКРУЖАЮЩИМ.

Пятое правило: ДАЙТЕ ЛЮДЯМ ПОЧУВТВОВАТЬ СЕБЯ ПОБЕДИТЕЛЕМ.

Шестое правило: ВЫДЕЛЯЙТЕ ПРОМЕЖУТОЧНЫЕ ЦЕЛИ И ПООЩРЯЙТЕ ИХ ДОСТИЖЕНИЯ.

Седьмое правило: ДАЙТЕ ЛЮДЯМ ЧУВСТВО СВОБОДЫ ДЕЙСТВИЙ, ВОЗМОЖНОСТЬ КОНТРОЛИРОВАТЬ СИТУАЦИЮ.

Восьмое правило: ТЕРПИЛИВО СОЗДАВАЙТЕ УСТАНОВКУ НА СОТРУДНИЧЕСТВО, ДОБИВАЙТЕСЬ СНАЧАЛА МАЛЕНЬКИХ УСТУПОК.

Девятое правило: НЕ УЩИМЛЯЙТЕ САМОУВАЖЕНИЕ ДРУГИХ, ПРЕДОСТАВТЕ ИМ ВОЗМОЖНОСТЬ «СОХРАНИТЬ ЛИЦО».

Десятое правило: БОЛЬШИЕ И РЕДКО КОМУ ДОСТАЮЩИЕСЯ НАГРАДЫ ОБЫЧНО ВЫЗЫВАЮТ ЗАВИСТЬ, НЕБОЛЬШЫЕ И ЧАСТЫЕ – УДОВЛЕТВОРЕНИЕ.

Одиннадцатое правило: РАЗУМНАЯ ВНУТРЕННЯЯ КОНКУРЕНЦИЯ – ДВИГАТЕЛЬ ПРОГРЕССА.

# Список литературы.

1. Розанова В.А. Психология управления – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000.
2. Авчиренко Л.К. Управление общением – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, 1999.
3. Удальцова М.В., Авчиренко Л.К. Социология и психология управления – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 1999.
4. Пугачев В.П. Руководство персоналом организации – М.: Аспект Пресс, 1999.
5. Кравченко А.И. Социология – М.: «Академический проект», Издательская корпорация «Логос», 1999.
6. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы – СПб.: Издательство «Питер», 2000.
7. Карнеги Д. Как завоевать друзей и оказывать влияние на людей: Пер. с англ./ общ. ред. и предисл. Зинченко В.П. и Жукова Ю.М. – М.: Прогресс, 1989.