

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ І. І. МЕЧНИКОВА

(повне найменування вищого навчального закладу)

Факультет психології та соціальної роботи

(повне найменування інституту/факультету)

Кафедра практичної та клінічної психології

(повна назва кафедри)

Кваліфікаційна робота
на здобуття ступеня вищої освіти «магістр»

Аналіз психологічних аспектів мотивації діяльності журналістів

Analysis of psychological aspects of motivation of activity of journalists

Виконала: здобувачка заочної форми навчання

спеціальності 053 Психологія

Освітня програма Психологія

Осипенко Віталій Сергійович

Керівник канд.істор.н., доц.. Піщевська Е.В.

Рецензент канд.псих.наук, доцент кафедри загальної та

диференціальної психології ПНПУ ім.К.Д.Ушинського,

Ульянова Т.Ю

Рекомендовано до захисту:

Протокол засідання кафедри

№ ___ від _____ 11.2024_ р.

Захищено на засіданні ЕК № ___

протокол № ___ від _____ 12.2024 р.

Оцінка _____ / _____ / _____
(за національною шкалою, шкалою ECTS, бали)

Завідувач кафедри _____ Литвиненко О.Д.
(підпис)

Голова ЕК _____
(підпис)

Одеса-2024

	2
ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ	6
1.1. Теорії мотивації: практичний аспект	6
1.2. Теорії мотивації професійної діяльності	17
1.3. Психологічні концепції мотивації	21
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ II. ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	28
2.1. Особливості професійної діяльності журналістів	28
2.2. Психологічна культура журналіста	36
2.3. Мотиваційна структура журналіста: ціннісні орієнтації	38
2.4. Емоційне вигоряння журналістів	46
2.5. Формування мотивації на професію "журналіст"	50
Висновки до розділу 2	55
РОЗДІЛ III. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ	59
3.1. Програма дослідження	59
3.2. Методи і методики дослідження	59
3.3. Аналіз результатів дослідження	62
Висновки до розділу 3	71
ВИСНОВОК	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	79
ДОДАТОК	

ВСТУП

В умовах сучасного динамічного, глобалізованого та уніфікованого соціуму постійно змінюються соціальні орієнтири, що спрямовують розвиток людства. За цих обставин особливо гостро постає проблема збереження особистісної цілісності та індивідуальної неповторності людини, що забезпечується мотиваційною сферою її особистості.

Перед сучасним суспільством стоїть складне завдання удосконалення системи професійної підготовки фахівців у галузі журналістики. За останні роки престиж самої професії журналіста різко зріс. Це пов'язано, насамперед, з розвитком засобів масової інформації. Але водночас виникла потреба у професіоналах нового типу: багатосторонньо розвинених, креативно мислячих, що орієнтуються ситуаціях будь-якої складності, здатних постійно вдосконалюватися і розвивати творчий потенціал. Постійно змінюються тенденції у сфері відбору кадрів та підвищення вимог до майбутніх співробітникам «журналістського цеху» ускладнюють завдання та освітнього процесу. При цьому однією з кардинальних проблем вузівської підготовки студентів є проблема формування у майбутніх журналістів творчого потенціалу.

У вітчизняній та зарубіжній літературі проблемі аналізу мотиваційних теорій приділено багато уваги. У дослідженнях Д. Мак-Грегора головний висновок – поділ співробітників на захоплених роботою та самореалізованих у ній, а також на тих, для кого робота – лише джерело матеріальних благ. Багато уваги приділяється практичним рекомендаціям по застосуванню мотиваційних теорій, приводиться детальний опис існуючих точок зору на проблему мотивації праці. Вчені узагальнюють існуючі мотиваційні теорії та встановлюють їх вплив на підвищення продуктивності праці персоналу. Шпекторенко І.В. проводить аналіз теорії мотивації Ф. Герцберга з використанням структури професійної мобільності персоналу, об'єкту суб'єктного підходу у дослідженні процесу професіоналізації кадрів.

Варто відзначити, що ЗМІ як стресогенний чинник розглядаються в роботах Бочковського О., Сірополко С., Бахваловій А.В., Здоровега В.Й., Потапчук Л.В., Занюк С., та ін.

Вчені стверджують, що прагматична мотивація та використання журналістики в корисливих цілях – шлях до творчого та особистісного краху. Виявлено, що багато журналістів прийшли в професію більше для отримання особистої вигоди (грошей, зв'язків), ніж для цивільного служіння.

На даний момент досліджені такі індивідуально-психологічні властивості журналістів: соціальний інтелект, креативність, стиль написання текстів, а також соціальна перцепція та ціннісні орієнтації майбутніх професіоналів. Однак ці дослідження висвітлюють лише поодинокі властивості та не дають змоги охопити проблему вивчення індивідуально-психологічних властивостей системно. Необхідність дослідження проблеми визначила вибір теми кваліфікаційної роботи: Аналіз психологічних аспектів мотивації діяльності журналістів.

Мета дослідження: виявлення особливостей психологічної мотивації діяльності журналістів.

Об'єкт дослідження: мотивація, як психологічний феномен

Предмет дослідження: особливості психологічної мотивації діяльності журналістів.

Завдання дослідження :

- 1.Зробити теоретичний аналіз мотивації, як психологічного феномену
2. Досліджити психологічну мотивацію діяльності журналістів.
3. Провести вибір методик емпіричного дослідження.
- 4.Провести емпіричне дослідження психологічної мотивації діяльності журналістів.

База дослідження: факультет журналістики ОНУ ім. І.І.Мечникова.

Методи дослідження: Емпіричні методи, що використовуються для діагностики та аналізу стану професійної підготовки журналістів: співбесіда, анкетування, опитування, тестування. Експериментальні методи дослідження включали: методи статистичної обробки отриманих результатів та ін., що визначало

концептуальну основу вибірки дидактичних технологій, методів, засобів та умов навчання в рамках дослідно-експериментальної роботи.

Методики дослідження:Методика «Ціннісні орієнтації» М.Рокича;

Мотиваційний тест Хекхаузена;

Діагностика мотиваційної структури особистості В.Е. Мільмана;

Соціологічне опитування на тему: -Чи випускники факультету журналістики ОНУ ім. І.І.Мечникова працюватимуть за професією?.

Робота апробована на 80-й звітній Студентській Науковій конференції ОНУ ім. І.І.Мечникова.

Структура роботи. Робота включає вступ, три розділи, висновки по кожному із розділів, загальний висновок, список використаної літератури, додатки.

РОЗДІЛ І. РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ

1.1. Теорії мотивації: практичний аспект

У вітчизняній та зарубіжній літературі проблемі аналізу мотиваційних теорій приділено багато уваги. Багато уваги вчені приділяють практичним рекомендаціям по застосуванню мотиваційних теорій, приводять детальний опис існуючих точок зору на проблему мотивації праці, роблять спроби узагальнити існуючі мотиваційні теорії та встановити їх вплив на підвищення продуктивності праці персоналу. Шпекторенко І.В. проводить аналіз теорії мотивації Ф. Герцберга з використанням структури професійної мобільності персоналу, об'єктсуб'єктного підходу у дослідженні процесу професіоналізації кадрів [10]. Отже, інтерес вчених до обраної теми дослідження підтверджує її актуальність та доцільність подальшого аналізу.

Першим кроком забезпечити підвищення продуктивності праці відбулося ще у стародавні часи, царем Вавилону Хаммурапі, який на законодавчому рівні закріпив встановлення заробітної плати для деяких робітників. Отже можна сказати, ще перший прояв використання матеріальної мотивації відбувся приблизно 2000 років до нашої ери. [28]

Наступною спробою підвищення продуктивності праці за рахунок впровадження матеріальної мотивації відбулося також у Вавилоні за часів правління Навуходоносор II, приблизно 600 років до нашої ери. А через 200 років цар Персії Кир висунув ідеї про необхідності дослідження причин мотивації людей. [8] Пошуки стимулів для пояснення поведінки та вчинків людей займалися також древні філософи, а саме Аристотель, Демокріт, Геракліт, Сократ. Вони намагалися з філософської точки зору виокремити мотиви, які спонукають людину до діяльності та праці.

Аналіз літератури [3] показав, що першим підходом до мотивації був метод «батога і пряника». На практиці батогом був страх, голод, тілесне покарання, а пряником – певна матеріальна чи інша винагорода. Отже, теорії «батога і пряника» були притаманні протилежні напрями поведінки керівників, з одного

боку це тиск на робітників заснований на погрозах та примусі, а з іншого – надання будь-якої винагороди.

Згодом цікавість до питання спонукання людей до праці лише зростало, це пов'язано, перш за все, з розвитком виробництва та появою потреби у постійному підвищенню продуктивності праці. Проте вони не мали наукового підґрунтя, а лише спиралися на метод «спроб та помилок». Науковий інтерес викликають не лише існуючі теорії мотивації, а і їх класифікація, тому що групування різних точок зору, щодо природи та змісту мотивації праці надає можливість усвідомити всі аспекти цього процесу та зрозуміти їх практичну значимість.

З точки зору класифікації Х. Шольца доцільним є розподіл теорій мотивації (залежно від предмету аналізу) на три основні напрями: теорії в основі яких лежить специфічна картина працівника, ці теорії виходять з певного образу працівника його потреб та мотивів; змістовні теорії та процесуальні теорії. [6]. Така класифікація враховує найпоширеніші теорії мотивації та є дуже вичерпною. Проте, в науковій літературі зустрічається, ще одна група, так звані «первинні теорії мотивації», наприклад, до них належить теорія «батого та пряника», яку було розглянуто раніше.

Першою спробою наукового осмислення спонукання людей до праці був Адам Сміт, який у 1776 р. в своїй роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів». Він висловив думку, що мотивом діяльності людей є економічний інтерес, прагнення до максимальної економічної вигоди, природне бажання людей поліпшити свій добробут. Таким чином, ідеї А. Сміта на головні рушійні сили економічного розвитку суспільства лягли в основу теорій ринкової економіки і використані в більшості теорій мотивації трудової діяльності. [2; 3]

Значний внесок у розвиток мотивації персоналу зробив засновник школи наукового управління Фредерік Тейлор. У своїй роботі «Принципи наукового управління» (1911 р.) [9] наголошував на необхідності підвищення продуктивності праці у робітників за рахунок зміни методів управління. На сам перед розвіяти існуючу думку, яка в тупу була притаманна багатьом робітникам,

що збільшення кількості машинного обладнання та підвищення виробітку зможе призвести до скорочення робочих місць.

Для підтвердженні своєї думки Ф. Тейлор наводив приклад: «Механізація виробництва взуття, що замінила майже всі елементи колишньої ручної роботи на машинну, мала результат зниження витрат на робочу силу в цьому виробництві. Внаслідок цього стало можливим продавати взуття так дешево, що в даний час майже кожен чоловік, жінка і дитина з робітничого класу купує одну або дві пари взуття на рік і носять взуття постійно, тоді як за старих часів робочий купував пару взуття, можливо, раз в п'ять років і ходив босоніж більшу частину часу, надягаючи взуття лише у вигляді розкоші або в разі крайньої необхідності.» [9]

Отже, Ф. Тейлор довів, що за рахунок скорочення собівартості товару, можна збільшити попит на продукцію і збільшити кількість робочих місць, що є безумовним мотивом для робітників. Також Ф. Тейлор вважав, що робітникам властиве «працювати з прохолодою», так він казав: «про природний інстинкт і схильність людей до легкого життя, що може бути названо природним прагненням прохолоджуватися».

Для підтвердження такої точки зору він проводив паралель між тим як люди прикладають зусилля коли грають у футбол або крикет прикладаючи максимальні зусилля для одержання перемоги та процесом праці робітників, які майже ніколи не використовують власний потенціал на 100 відсотків. [9]

Саме ґрунтуючись на міркування про інтенсивність праці Ф. Тейлора у 20-ті роки ХХст. з'явилися перші передумови для створення теорії «Х», яку 60-ті роки ХХст. доповнив та розвів Дуглас Мак-Грегор, відповідно до теорії «Х» працівники схильні уникати роботи, а тому через контроль та погрози їх необхідно стимулювати. В підтвердження такої точки зору автори наголошували, що у мотивах людини переважають біологічні потреби, тому їх притаманне не бажання працювати. Для мотивації персоналу таких працівників Д. Мак-Грегор пропонував вводити виробничі нормативи для покращення системи контролю.

Також, згідно до теорії «Х» робітникам не слід надавати складних завдань тому що вони не здатні їх виконувати. При цьому успіх у діяльності, на думку Д.

Мак-Грегор, можна забезпечити шляхом впровадження авторитарного стиля управління, який буде заснований на чіткому плануванні та контролі, а також на жорсткому покаранні працівників, які не виконують виробничих завдань чи порушують трудову дисципліну. [5]

Також Д. Мак-Грегор розробив теорію «Y», яка є протилежністю теорії «X» і полягає в тому, що працівники за своєю природою є відповідальними та мають прагнення якісно робити свою справу, а їх основними потребами є соціальні потреби та бажання працювати за ради досягнення цілей організації. Так, згідно до теорії «Y» працівників мотивує бажання самоствердитися, приймати участь в управлінні організацією та розвиток творчих здібностей. [5; 6].

Слід відзначити, що теорія «Y» не може охопити всіх робітників, а лише творчих та активних, тому німецькі фахівці у сфері управління персоналом В. Зігерт та Л. Лант доповнили її. Вони запропонували ряд напрямів, які здатні забезпечити задоволеність працівників своєю роботою. Так, наприклад, необхідно створювати такі умови праці, щоб кожний робітник відчував, що його робота важлива та сприяє досягненню організаційних цілей.

Також важливим є створення тісної комунікації між робітниками та керівником, особливо це стосується процесу прийняття рішень. Якщо керівник цікавиться думкою своїх підлеглих це мотивує робітників до більш інтенсивної праці. Також, на думку В. Зігерта та Л. Ланта не менш важливим є справедлива винагорода, вона завжди повинна бути своєчасною, щоб не знижувати ініціативність робітників. [5].

Також, розвиток та доповнення теорій «X» та «Y» було зроблено у 1981 році У. Оучі, який був американським вченим японського походження. У своїй теорії «Z» наголошував на необхідності створення «виробничого клану», що є основою в японському менеджменті. Тобто, створення відчуття у робітників приналежності до організації та залучення людей працювати у групі. Основним положенням теорії «Z» також було залучення робітників до прийняття управлінських рішень та впровадження чітких методів оцінки діяльності робітників, які повинні бути справедливими та прозорими. [5].

Якщо розглядати практичний аспект теорії «Z», а саме її реалізацією в діяльності організації, то можна сказати, що вона являє собою «перехідну модель». Тобто, теорія «Z» може бути застосовна, коли у керівництва з'явилося бажання переходу від авторитарного стилю управління до демократичного, проте не всі робітники до цього готові.

Незважаючи на те, що теорію «Z» вважають продовженням теорій «X» та «Y» можна зауважити, що вона має багато спільного з роботою В. Зігерта та Л. Лант. Також, цікавим є той факт, що основні положення теорії «Z» мають багато спільного з відомою в наші дні концепцією партисипативного управління. Основою концепції партисипативного управління є спільне управління, яке має різні форми прояву взаємодії між підприємцем та його співробітниками [7]: участь у доходах (бюджетах) та збитках; участь у прибутках і власності; участь в управлінні.

Таким чином, можна зробити висновок, що первинні теорії мотивації розвивалися під впливом історичних умов, наприклад, вони мають прямий зв'язок з розвитком між еволюцією виробництва та методів управління людьми. Використання та впровадження у практичну діяльність приведених теорій можливе у тому випадку, коли працівників можна класифікувати за певною ознакою, наприклад, ступінь активності в роботі, прагнення до самовираження, наявність творчих здібностей тощо.

Змістовні теорії мотивації ґрунтуються на аналізі потреб людей та спробі пояснити, як процес задоволення потреб впливає на трудову діяльність. Найбільш відомою з цієї групи є теорія Абрахама Маслоу. Спостереження, які зробив цей видатний американський лікар і психолог, надали можливість сформулювати положення теорії ієрархії потреб.

Так, наприклад, А. Маслоу стверджував, що люди постійно відчувають певні потреби, які спонукають до дії, а саме до задоволення виникаючих потреб. В підтвердження цього у 1943 р. він написав: «людські потреби розташовуються у вигляді ієрархії. Іншими словами, появи однієї потреби звичайно передує

задоволення іншої, більш нагальної. Людина – це тварина, що постійно відчуває ті чи інші бажання». [2]

Класифікація цих потреб надала можливість встановити, що існуючі потреби можна поділити на дві групи: первинні (фізіологічні потреби, потреби в безпеці) та вторинні. А. Маслоу вважав, що потреби знаходяться в ієрархічній залежності одна від одної [4; 5]:

1. Фізіологічні потреби (в їжі, воді, повітрі тощо) виникають у людини в процесі життєдіяльності, а їх задоволення є необхідністю для забезпечення роботи організму. Задоволення цих потреб в процесі праці можливе за умов наявності матеріального стимулювання, тобто оплати праці на рівні не нижче прожиткового мінімуму.

2. Потреби в безпеці, пов'язані з необхідністю людей відчувати себе захищеними від будь-яких небезпечних факторів. Для забезпечення відчуття безпеки своїх працівників, менеджер повинен створити не лише безпечні санітарно-технічні умови праці, а і врахувати психологічні аспекти. Наприклад, робітники не повинні боятися втратити роботу або не отримати обіцяну оплату праці. Тобто для задоволення цієї потреби робітникам необхідно відчувати себе у стабільному і безпечному стані.

3. Потреби в належності та причетності – це всі прояви соціального життя людини, а саме: дружба, спілкування, відчуття себе частиною якогось громадського об'єднання тощо. На практиці задовольнити ці потреби можна шляхом створення комфортної робочої обстановки, застосування превентивних мір для запобігання конфліктів тощо.

4. Потреби в визнанні та повазі, пов'язані з бажанням людей відчувати себе хорошими спеціалістами та бачити, що оточуючі поважають їх. Для задоволення цих потреб менеджеру необхідно ефективно використовувати нематеріальну мотивацію, а саме: використовувати публічну похвалу працівників, вміння об'єктивно оцінювати працю людей тощо.

5. Потреби самовираженні – пов'язані з прагненням працівників отримувати задоволення від праці.

Практична реалізація цих потреб може бути виражене в створюванні умов для реалізації творчого та інтелектуального потенціалу.

Таким чином, можна стверджувати про практичну значущість використання теорії ієрархії потреб. Так менеджеру необхідно по перше сприяти задоволенню первинних потреб, тому що тільки після їх задоволення працівники будуть мотивовані задоволенням вторинних потреб. Також менеджер повинен вміти аналізувати працівників в залежності від найважливіших потреб для кожної особистості. При цьому необхідно пам'ятати, що всі люди мають однакові потреби, проте мотиви для всіх можуть бути різними.

Згодом американський вчений Клейтон Альфред зробив спробу розвинути і конкретизувати теорію А. Маслоу. Так у 1972 р. з'явилася теорія існування, зв'язку і зростання. Зміст теорії полягає у виокремленні трьох груп потреб: потреби існування (так звані первинні потреби), потреби зв'язку (потреби в належності, визнанні та повазі) та потреби зростання (самовираження та самореалізація).

Також К. Альфред зробив припущення, що відсутність можливості задовольняти вищі потреби сприяє підсиленню нижчих потреб. [5] Практичне застосування даної теорії полягає в усвідомленні менеджера можливостей системи мотивації. Тобто в залежності від змісту праці та індивідуальних потреб робітників необхідно посилювати мотивацію забезпечуючи ту чи іншу групу потреб в більшій мірі.

У 1962 р. Девід Мак-Клелланд запропонував теорію набутих потреб. Зміст цієї теорії полягає у концентрації уваги на вищих (вторинних) потребах. До яких Д. Мак-Клелланд відносив: потреби досягнення, потреби співучасті та потреби влади. [5]

На практиці теорію набутих потреб можна реалізувати через створення наявності зворотного зв'язку з підлеглими, розробляти для них більш складні завдання. При виконанні яких праця стає цікавішою, проте є певні ризики не виконання таких завдань. При цьому буде задоволена потреба у досягненні.

Також менеджеру необхідно залучати людей до колективної співпраці, щоб кожен працівник відчував себе частиною колективу. Таким чином буде задоволена потреба в співучасті.

Для задоволення потреби у владі необхідно делегувати повноваження та давати можливість відчувати відповідальність за роботу. При цьому важливим є організувати систему мотивації таким чином, щоб головною метою робітника було досягнення цілей організації, а не лише власних цілей.

Особливої уваги заслуговує теорія двох факторів. Яку у 50-60-х рр. ХХ ст. розробив Фредерік Герцберг зі своїми колегами, після опитування 200 менеджерів та службовців лакофарбової фірми про те, як вони себе відчують після виконання службових обов'язків – добре чи погано. [10] Результати спостереження показали, що фактори, які впливають на мотивацію праці не впливають на відчуття незадоволеністю працею та навпаки.

Так, Ф. Герцберг всі фактори згрупував у дві групи: гігієнічні фактори (фактори здоров'я) та фактори мотиватори. Гігієнічні фактори – це фактори зовнішнього характеру, в основному пов'язані з оточенням, в якому здійснюється праця. [10] Вважаються зовнішніми факторами, тому що пов'язані з навколишнім середовищем працівника. До них належать: оплата праці, умови праці, ступінь контролю за роботою, особисте життя.

Згідно з Ф. Герцбергом, відсутність або недостатній ступінь присутності гігієнічних факторів в принципі може викликати у людини незадоволеність працею, яку вона виконує. [10] В свою чергу до внутрішніх (мотиваційних) факторів належать: кар'єрний ріст, можливість виконувати відповідальну роботу, успішне виконання поставлених завдань, можливості для творчого зростання, схвалення досягнутих результатів, успіх, визнання тощо.

Практичне використання теорії двох факторів надає можливість керівнику обрати індивідуальний підхід к кожному працівнику. Так, гігієнічні фактори можна перетворити на мотиваційні, наприклад, це стосується оплати праці, яку зазвичай сприймають як винагороду за зусилля, проте премію можна віднести до

мотиваційного фактору. Тобто, якщо є можливість поділяти заробітну плату на постійну частину (ставка, оклад) та перемінну (премія, доплата), то оплату праці можна відносити до мотиваційного фактору.

Наступною групою мотиваційних теорій є процесуальні теорії, які на відміну від змістовних вважаються більш складними, бо враховують психологічні аспекти.

Так, на думку вчених, кожна із цих теорій аналізує не тільки те що спонукає людину до активних дій але й ситуацію в якій вона опинилася під впливом власних психологічних особливостей. [6]

До процесуальних теорій відносять: теорію постановки цілей Е. Локка теорію очікувань В. Врума, теорію справедливості Дж. С. Адамса, теорію підкріплення В. Скіннера, теорія Портера-Лоулера тощо.

У 1966 р. Едвін Лок розробив одну з перших процесуальних теорій мотивації – теорію визначення цілей. Іншими відомими розробниками цієї теорії є Т. Райен та Р. Латем. Згідно цієї теорії поведінка людини визначається цілями, що ставляться перед нею. [5] Тобто Е. Лок вважав, що бажання робітників працювати заради досягненню цілі є важливим джерелом мотивації. При цьому не меншого значення (впливу) на мотивацію набуває зміст цілей, а саме їх характеристика. До таких характеристик Е. Лок відносив: складність, конкретність, прийнятність та привабливість до виконання. [5]

Практична реалізація теорії визначення цілей ґрунтується на усвідомленні впливу змісту цілей на працю. Так, при вираховуванні характеристики складність цілей менеджер повинен звернути увагу на два аспекти: по-перше, цілі повинні бути цікавими та складними, по-друге, занадто складні цілі можуть ігноруватися робітниками, бо вони будуть вважати їх недосяжними.

Конкретність цілей надає менеджеру поштовх розробляти конкретні цілі та чіткі завдання, з одного боку їх легше виконувала, а з іншого, надто широкій зміст в цілях не мотивує працівників до їх виконання.

Привабливість цілі полягає у тому, що робітник відчуває її, як свою власну, а ні ціль організації. При цьому мотивація праці буде значно вищою ніж при інших мірах спонукання людей. Отже, головною задачею менеджера є обґрунтувати

підлеглим особисту необхідність, вигідність та справедливість при досягненні поставлених цілей.

Не менш важливою є характеристика прихильності до цілей, адже менеджер постійно повинен проводити заходи, щодо впевненості робітників у здатності добре виконувати свою роботу. Наприклад, використовувати пояснення замість критики та похвалу при хороших результатах. При цьому чим вище відчуття у робітників, що у них добре виходить їх праця, тим вище рівень прихильності та навпаки.

У 1964 р. канадський психолог Віктор Врум у своїй роботі «Праця і мотивація» представив свою теорію очікувань. Яка бажається на тому, що наявність потреби не може бути єдиною умовою мотивації людини. [2; 5]

Основними положеннями теорії очікувань є врахування трьох взаємозалежних факторів: витрачені зусилля, очікувана винагорода та реально отримана винагорода.

Якщо представити теорію у вигляді формули, то вона буде мати наступний вид [2]:

$$(З-Р) \times (Р-В) \times (В-Ц) = \text{мотивація} \quad (1)$$

де (З-Р) – наявності зв'язку між затратами праці робітника і досягнутими результатами, тобто від сподівання, що затрати праці принесуть бажані результати;

(Р-В) – можливості отримання винагороди, тобто очікування, що результати будуть винагороджені;

(В-Ц) – сила прагнення до отримання винагороди залежить від цінності винагороди з позицій конкретного працівника.

Практичні рекомендації використання теорії очікувань наступні: по-перше, менеджери повинні враховувати той факт, що всі люди мають різні потреби, тому винагороду вони оцінюють по різному. Так, наприклад, сьогодні серед компаній розповсюдженим є не сповіщати в оголошенні про відкриту вакансію розмір оплати праці, а питати, яку заробітну плату очікує отримати потенційний кандидат.

Інший приклад, встановити після оцінки потреб робітника на яку винагороду він розрахував та запропонувати їх отримати у разі виконання завдання.

По-друге, менеджер повинен розуміти, що винагороду необхідно представляти лише за ефективну роботу. Це стосується, перш за все, розробки ефективної системи оплати праці, яка буде враховувати ефективність діяльності робітників. При цьому необхідно враховувати, що очікування робітника повинні співпадати з вимога менеджера.

По-третє, менеджер не повинен ставити заздалегідь не досяжні цілі (складні завдання), тому що навряд обіцяна велика винагорода не наділить робітника необхідними навичками та можливостями їх виконати, також знизить мотивацію.

В 60-х роках ХХ ст. американським вченим Стейсі Адамсом була розроблена теорія справедливості. Основна ідея теорії полягає у наявності взаємозв'язку між мотивацією персоналу та їх відчуттям справедливості. Тобто, коли робітники виконують свою роботу та отримують винагороду, їм властиво порівнювати свої зусилля і отриману винагороду з зусиллями і винагородою інших робітників. При цьому поняття несправедливості може виражатися, як у виді недоплати (заниженої винагороди) так і у виді переплати (завищеної винагороди).

Можна навести простий приклад, коли студенти отримують оцінку за свою роботу, вони порівнюють власні результати з результатними інших. Так, у випадку, коли вони отримали, на їх думку, занижені оцінки, відбувається процес де мотивації і бажання старанно вчитися зникає. Проте у випадку, коли студент отримує, на його думку, більш високу оцінку, він приходить до висновку, що докладати зусиль не має сенсу, бо не має прямої залежності між витраченими зусиллями та отриманою винагородою.

Практичні рекомендації по застосуванню теорії справедливості полягають у такому: менеджер повинен постійно спостерігати, як робітники реагують на винагороду; розробляти справедливу та доступну до розуміння систему оплати праці; уникати змін у винагороді, якщо розмір винагороди не відповідає самооцінці працівника тощо.

Стосовно вітчизняного підприємництва проведені дослідження дають змогу

констатувати, що у структурі системи мотивації персоналу в переважній більшості домінує матеріальна мотивація працівників, відповідно, нематеріальна форма перебуває на низькому рівні. [1] Це необхідно враховувати при використанні змістовних та процесуальних мотиваційних теорій в практичній діяльності організації.

Висновки з цього дослідження. Аналіз існуючих теорій показав, що не можливо стверджувати про існування «корисних» або не актуальних підходів до мотивації персоналу. Адже, менеджери та підприємці повинні дотримуватися системного підходу при управлінні бізнесом, тому в залежності від конкретної ситуації необхідно обирати практичну рекомендацію для підвищення продуктивності праці або при створенні умов реалізації творчого потенціалу підлеглих.

1.2. Теорії мотивації професійної діяльності.

Існують два підходи до вивчення теорій мотивації професійної діяльності. Перший підхід ґрунтується на дослідженні змістовної сторони теорії мотивації. Такі теорії базуються на вивченні потреб людини, які є основними мотивом їх проведення, а отже, і діяльності. До прихильників такого підходу можна віднести американських психологів Абрахама Маслоу, Фредеріка Герцберга та Девіда МакКелланда .

Теорія мотивації з А. Маслоу. Перша з аналізованих теорій називається ієрархією потреб Маслоу. Сутність її зводиться до вивчення потреб людини. Це рання теорія. Її прибічники, зокрема Абрахам Маслоу, вважали, що предметом психології є поведінка, а чи не свідомість людини. В основі ж поведінки лежать потреби людини, які можна розділити на п'ять груп:

- фізіологічні потреби, необхідні для виживання людини: у їжі, у воді, у відпочинку тощо;
- потреби у безпеці та впевненості у майбутньому - захист від фізичних та інших небезпек з боку навколишнього світу та впевненість у тому, що фізіологічні потреби будуть задовольнятися і в майбутньому,

- соціальні потреби - необхідність у соціальному оточенні, спілкуванні з людьми, почуття «ліктя» та підтримка;
- потреби у повазі, у визнанні оточуючих та прагненні до особистих досягнень,
- потреба самовираження, тобто. потреба у власному зростанні та реалізації своїх потенційних можливостей .

Перші дві групи потреб первинні, а наступні три вторинні. Відповідно до теорії Маслоу, всі ці потреби можна розташувати у суворій ієрархічній послідовності як піраміди, основу якої лежать первинні потреби, а вершиною є вторинні.

Відповідно до теорії мотивації Девіда МакКлелланда структура потреб вищого рівня зводиться до трьох факторів: прагнення успіху, прагнення влади, до визнання. При такому твердженні успіх розцінюється не як похвала чи визнання з боку колег, бо як особисті досягнення у результаті активної діяльності, як готовність брати участь у прийнятті складних рішень та нести за них персональну відповідальність.

Теорія мотивації Фредеріка Герцберга виникла у зв'язку з зростаючою необхідністю з'ясувати вплив матеріальних і нематеріальних чинників мотивацію людини.

Фредерік Герцберг створив двофакторну модель, яка показує задоволеність роботою. Таким чином, змістовні теорії мотивації базуються на дослідженні потреб та виявленні факторів, що визначають поведінку людей.

Другий підхід до мотивації виходить з процесуальних теорій. Тут йдеться про розподіл зусиль працівників та вибір певного виду поведінки для досягнення конкретних цілей. До таких теорій відносяться теорія очікувань, або модель мотивації за В. Врумом, теорія справедливості і теорія або модель Портера-Лоулера.

Відповідно до теорії очікувань У. Врума як потреба є необхідною умовою мотивації людини задля досягнення мети, а й обраний тип поведінки. Виходячи з теорії очікувань можна зробити висновок, що працівник повинен мати такі потреби, які можуть бути значною мірою задоволені внаслідок передбачуваних

винагород. А керівник повинен давати такі заохочення, які можуть задовольнити очікувану потребу працівника .

Теорія мотивації Л. Портера – Е. Лоулера. Ця теорія побудована на поєднанні елементів теорії очікувань та теорії справедливості. Суть її в тому, що запроваджено співвідношення між винагородою та досягнутими результатами. Л. Портер та Е. Лоулер ввели три змінні, які впливають на розмір винагороди: витрачені зусилля, особистісні якості людини та її здібності та усвідомлення своєї ролі у процесі праці. Елементи теорії очікування тут виявляються в тому, що працівник оцінює винагороду відповідно до витрачених зусиль і вірить у те, що ця винагорода буде адекватно витраченим їм зусиллям. Елементи теорії справедливості виявляються в тому, що люди мають власну думку щодо правильності або неправильності винагороди в порівнянні з іншими співробітниками і, відповідно, ступінь задоволення. Звідси важливий висновок у тому, що результати праці є причиною задоволення співробітника, а чи не навпаки. Відповідно до такої теорії результативність має неухильно підвищуватися.[36]

Вчені досліджували проблеми психології з прикладу педагогічної діяльності, виробничі проблеми вони розглядали.

У психіці людини є два паралельних рівня розвитку – вищий і нижчий, які визначають високі і низькі потреби людини і розвиваються паралельно. Це означає, що задоволення потреб одного рівня за допомогою засобів іншого неможливо. Вищі і нижчі потреби, розвиваючись паралельно і самостійно, сукупно управляють поведінкою людини її діяльністю .Ця теорія більш прогресивна, ніж будь-яка інша. Проте вона не враховує найвищих проблемних потреб людини. Виходячи із системного уявлення людської діяльності, можна стверджувати, що людина приймає рішення на рівні регулювання, адаптації та самоорганізації. Відповідно, і потреби мають бути реалізовані на кожному із зазначених рівнів одночасно. Можна стверджувати, що нижчі, вищі й вищі потреби розвиваються паралельно і сукупно і управляються поведінкою людини

всіх рівнях її організації, тобто. існує потрійний характер задоволення потреб через матеріальне та нематеріальне стимулювання.

Суперечності, висловлені різними авторами у частині теоретичних і практичних аспектів діючих нині мотиваційних моделей, аж ніяк не призводять до повного заперечення, навпаки, критичні зауваження головним чином спрямовані на їх вдосконалення. Ефективність чи життєвість тієї чи іншої моделі можна перевірити лише шляхом їхньої апробації на практиці з урахуванням того середовища, де вони будуть впроваджуватися. Безперечно одне, що відсутність мотиваційних моделей на наших підприємствах знижуватиме ефективність діючих систем управління та соціально-економічну діяльність трудових колективів.

Про вивчення мотивації у вітчизняній журналістиці можна говорити лише після виходу в світ теоретичних робіт І.М.Дзялошинського. Один з об'єктів дослідження – мотиватори, або фактори мотивації які визначають продуктивність діяльності журналістів.

Класифікація мотиваторів різноманітні за своїм складом. Класифікація мотивів: на матеріальні та нематеріальні фактори. Під матеріальними факторами мотивації прийнято вважати ті мотиватори які сприяють збагаченню накопичення матеріальних багатств, придбанню особистих вигод. Нематеріальні фактори пов'язані з характером професії, відносинами в колективі. Нові знайомства розширюють можливості журналіста набувати особисті мотиви.

І.М.Дзялошинський виділяє три мотиваційних комплекси. Кожен комплекс являє собою складноорганізовану цілісність. Перший комплекс називається Інтраіндивідним. Він включає всі предмети які задовольняють біологічні та психофізіологічні комплекси (задоволення елементарних потреб, психологічний комфорт, безпека та інше). Другий комплекс називається Інтер індивідним. Він включає в себе мотиви які пов'язані з взаємодією з іншими людьми, реалізація себе в суспільстві (визнання, спілкування, дружба, любов). Третій комплекс називається метаіндивідним. Він пов'язан з ідеально духовними устремліннями.

Дослідження І.М.Дзялошинського більше зачіпає загальні культурні установки та практики. Мало уваги приділяється окремим аспектам професійної діяльності та їх зв'язків з мотивацією. Відсутня сегментування за соціально-демографічними, психологічними, професійно-статусними ознаками. Що робить аналіз неповним.

Сучасні дослідження в галузі мотивації журналістів-початківців показують, що згодом мотиви змінюються, це пов'язано в тому числі з змінами в політичному, економічному житті країни, а також з розвитком інформаційно-комунікативних технологій і появою великої кількості нетрадиційних ЗМІ.

1.3. Психологічні концепції мотивації

Перші власне мотиваційними, психологічними теоріями, що увібрали в себе раціоналістичні та ірраціоналістичні ідеї виникли в 17-18 століттях. Теорія прийняття рішень, що пояснює на раціоналістичній основі поведінку людини, та теорія автомата, що пояснює на ірраціоналістичній основі поведінку тварини. Перша виникла економіки та пов'язана з використанням математичних знань у поясненні поведінки людини, що з економічним вибором. Потім була перенесена на розуміння людських вчинків та інших сферах його діяльності, відмінних від економіки.

Друга половина 19 століття ознаменувалася низкою видатних відкриттів у різних науках, зокрема у біології – появою еволюційної теорії Ч.Дарвіна. Вона вплинула як на природознавство, а й у медицину, психологію та інші гуманітарні науки. Своїм вченням Дарвін як би перекинув місток над прірвою, що багато століть розділяла людину і тварин на дві несумісні в анатомо-фізіологічному та психологічному відношеннях групи. Він же зробив перший рішучий крок уперед і в поведінковому та мотиваційному зближенні цих живих істот, показавши, що у людини та тварин є чимало загальних форм поведінки, зокрема емоційно-експресивних виразів, потреб та інстинктів .

В.Келер, Е. Торндайк, З.Фрейд, У. Макдаугал, І.П.Павлов стали приписувати людині як мотиваційних чинників самі органічні потреби, якими раніше наділяли лише тварин, зокрема і інстинкти. Одним із перших проявів такої крайньої, ірраціоналістичної, по суті біологізаторської точки зору на поведінку людини

стали теорії інстинктів З.Фрейда та У.Макдаугфла, запропоновані наприкінці 19в. та розроблені на початку 20в.

Психоаналітична теорія З.Фрейда ґрунтується на уявленні, згідно з яким люди є складними енергетичними системами. Відповідно до досягнення фізики та фізіології 19 століття, Фрейд вважав, що поведінка людини активується єдиною енергією, згідно із законом збереження енергії (тобто вона може переходити з одного стану в інший, але кількість її залишається при цьому тим самим).

Фрейд взяв цей загальний принцип природи, переклав його на мову психологічних термінів і зробив висновок, що джерелом психічної енергії є нейрофізіологічний стан збудження. Далі він постулював: у кожної людини є певна обмежена кількість енергії, що живить психічну активність; мета будь-якої форми поведінки індивідуума полягає у зменшенні напруги, що викликається неприємним для нього скупченням цієї енергії .

Таким чином, згідно з теорією Фрейда, мотивація людини повністю заснована на енергії збудження, виробленого тілесними потребами.

У.Макдауголл розширив рамки, встановлені Фрейдом щодо кількості основних інстинктів, і запропонував набір з десяти інстинктів: інстинкт винахідництва, інстинкт будівництва, інстинкт цікавості, інстинкт втечі, інстинкт стадності, інстинкт забіяки, репродуктивний , інстинкт самоприниження, інстинкт самоствердження.

У пізніших роботах У. Макдауголл додав до перерахованих - ще вісім інстинктів, в основному належать до органічних потреб. Незважаючи на таке збільшення кількості запропонованих інстинктів, в цілому, суть його теорії зводилася також до проведення аналогії з поведінкою тварин .

У 20-ті роки поточного століття на зміну теорії інстинктів прийшла концепція, що спирається на пояснення поведінки людини на біологічні потреби. У цій концепції стверджувалося, що в людини і тварин є спільні органічні потреби, які мають однаковий вплив на їхню поведінку. Періодично виникаючі органічні потреби викликають стан збудження та напруги в організмі, а задоволення потреби веде до зниження (редукції) напруги.

Поведінкова концепція мотивації розвивалася як логічне продовження ідей Д. Уотсона теорії, що пояснює поведінку. Окрім Д.Уотсона та Е.Толмена, серед представників цього напрямку, які здобули найбільшу популярність, можна назвати, К.Халла та Б.Скінера. Усі вони намагалися детерміністично пояснити поведінку у межах вихідної стимульнореактивної схеми. У найсучасніших її випадках (а ця теорія продовжує розвиватися майже в тому ж вигляді) аналізована концепція включає нові досягнення в галузі фізіології організму, кібернетики та психології поведінки.

Ще один напрямок досліджень особистості відомий як «третя сила», поряд з психоаналітичною теорією та біхевіоризмом, і називається -Теорія зростання або (у вітчизняній психології) цей напрямок отримав назву «гуманістична психологія». Цей напрямок представлений такими психологами, як Маслоу, Роджерс та Голдштейн. Теорія зростання підкреслює прагнення людини до вдосконалення, реалізації свого потенціалу, самовираження.

У другій половині 20 століття теорії потреб людини були доповнені рядом спеціальних мотиваційних концепцій, представлених у працях Д. Макклелланда, Д. Аткинсона, Г. Хекхаузена, Г. Келлі, Ю. Роттера та ін.

Примушування до дії може виникати у людини не тільки під впливом емоцій, але також під впливом знань (когніцій), зокрема, узгодженості чи суперечливості. Одним з перших звернув увагу на даний фактор і досліджував його, розробивши відповідну теорію, Л.Фестінгер. Основним постулатом його теорії когнітивного дисонансу є твердження про те, що система знань людини про світ і себе прагне погодження. У разі неузгодженості, або дисбалансу, індивід прагне зняти або зменшити його, і таке прагнення саме собою може стати сильним мотивом його поведінки. Разом зі спробами редукувати дисбаланс, що вже виник, суб'єкт активно уникає ситуацій, здатних його породити .

В основі динамічних змін, що відбуваються з мотиваційною сферою людини, лежить розвиток системи діяльності, який, у свою чергу, підпорядковується об'єктивним соціальним законам.

Таким чином, дана концепція є поясненням походження і динаміки мотиваційної сфери людини. Вона показує, як може змінитися система діяльності, як перетворюється її ієрархізованість, як виникають і зникають окремі види діяльності та операції, які модифікації відбуваються з діями. З цієї картини розвитку діяльності далі виводяться закони, згідно з якими відбуваються зміни і в мотиваційній сфері людини, набуття ним нових потреб мотивів та цілей.

У психологічних концепціях мотивації, претендують пояснення поведінки людини, переважаючим у час є когнітивний підхід до мотивації, у руслі якого особливе значення надається феноменам, що з свідомістю і знаннями людини. Найчастіше уживаними у відповідних теоріях є поняття когнітивного дисонансу, очікування успіху, цінності (привабливості) успіху, страху можливої невдачі, рівня домагань.

Найчастіше ці когнітивні змінні використовуються над окремо, а комплексно. Між ними встановлюються певні взаємозв'язки, залежність, що виражаються за допомогою різноманітних символічних записів з використанням елементарних арифметичних операцій. Нерідко подібна символіка і форма записів використовується в теоріях мотивації, де центральним психічним процесом, що пояснює поведінку, є рішення.

Процесуальні теорії розглядають мотивацію в іншому плані. У них аналізується те, як людина розподіляє зусилля для досягнення різних цілей і як вибирає конкретний вид поведінки. Процесуальні теорії не заперечують існування потреб, але вважають, що поведінка людей визначається не тільки ними. Згідно з процесуальними теоріями поведінка особистості є також функцією його сприйняття і очікувань, пов'язаних з даною ситуацією, і можливих наслідків вибраного ним типу поведінки. Є три основні процесуальні теорії мотивації: теорія очікувань, теорія справедливості і модель Портера - Лоулера.

Теорія очікувань, базується на положенні про те, що наявність активної потреби не є єдиною необхідною умовою мотивації людини на досягнення певної мети. Людина повинна також сподіватися на те, що обраний ним тип поведінки

дійсно приведе до задоволення або придбання бажаного. Очікування можна розглядати як оцінку даною особистістю імовірності певної події.

При аналізі мотивації до праці теорія очікування підкреслює важливість трьох взаємозв'язків: витрати праці - результати; результати - винагорода і валентність (задоволеність винагородою).

Оскільки різні люди мають різними потребами, то конкретне винагороду вони оцінюють по-різному. Отже, керівництво організації повинно зіставити пропоновану винагороду з потребами співробітників і привести їх у відповідність. Досить часто винагороду пропонується до її оцінки працівниками.

Інше пояснення того, як люди розподіляють і спрямовують свої зусилля на досягнення поставлених цілей, дає теорія справедливості. Теорія справедливості постулює, що люди суб'єктивно визначають відношення отриманої винагороди до затрачених зусиль і потім співвідносять його з винагородою інших людей, що виконують аналогічну роботу. Якщо порівняння показує дисбаланс і несправедливість, тобто людина вважає, що його колега одержав за таку ж роботу більшу винагороду, то у нього виникає психологічне напруження. У результаті необхідно мотивувати цього співробітника, зняти напругу і для відновлення справедливості виправити дисбаланс.

Люди можуть відновити баланс чи почуття справедливості, або змінивши рівень витрачених зусиль, або намагаючись змінити рівень одержуваного винагороди. Основний висновок теорії справедливості для практики управління полягає в тому, що до тих пір, поки люди не почнуть вважати, що вони одержують справедливу винагороду, вони будуть прагнути зменшувати інтенсивність праці.

Лайман Портер і Едвард Лоулер розробили комплексну процесуальну теорію мотивації, що включає елементи теорії очікувань і теорії справедливості. У тому моделі, фігурує п'ять змінних: витрачені зусилля, сприйняття, отримані результати, винагорода, ступінь задоволення. Відповідно до моделі Портера - Лоулера, досягнуті результати залежать від прикладених співробітником зусиль, його здібностей і характерних особливостей, а також усвідомлення ним своєї

ролі. Звідси важливий висновок, що саме результати праці і є причиною задоволення співробітника. Відповідно до такої теорії результативність повинна неухильно підвищуватися [10].

У вітчизняній психології можна назвати теорію діяльності походження мотиваційної сфери людини, створену А.Н.Леонтьєвим та продовжену в роботах його учнів та послідовників.

Відповідно до концепції А.Н.Леонтьєва, мотиваційна сфера людини, як та інші його психологічні особливості, має джерела у практичній діяльності. У самій діяльності можна знайти ті складові, які відповідають елементам мотиваційної сфери, функціонально і генетично пов'язані з ними.

Поведінці загалом, наприклад, відповідає потреби людини; у системі діяльності, з яких воно складається, - різноманітність мотивів; безліч дій, що формуються діяльність, - упорядкований набір цілей. Отже, між структурою діяльності та будовою мотиваційної сфери людини є відношення ізоморфізму, тобто. взаємної відповідності.[33]

Висновки до розділу 1

Мотивація - це процес стимулювання людини чи групи людей до діяльності, спрямованої на досягнення цілей організації. Мотивація необхідна для продуктивного виконання прийнятих рішень та намічених робіт. Мотивація є функцією чинника очікування "витрати праці - результати», очікування - "результати - винагорода" і валентності (тобто відносної міри задоволення). Найбільш ефективна мотивація досягається, коли люди вірять, що їх зусилля обов'язково дозволять їм досягнути мети і приведуть до отримання особливо цінної винагороди. Мотивація слабшає, якщо імовірність успіху або цінність винагороди оцінюється людьми невисоко.

Сучасні теорії мотивації засновані на результатах психологічних досліджень. Теорія Портера - Лоулера ґрунтується на тому, що мотивація є функцією потреб, очікувань і сприйняття працівниками справедливої винагороди. Результативність праці працівника залежить від прикладених ним зусиль, його характерних особливостей і можливостей, а також оцінки ним своєї ролі. Обсяг

витрачених зусиль залежить від оцінки працівником цінності винагороди і впевненості в тому, що воно буде отримане. Результативність праці породжує задоволеність, а зовсім не навпаки, як вважають прихильники теорії людських відносин. Всі сучасні теорії мотивації (Маслоу, МакКлелланда, Герцберга) роблять основний акцент на визначення переліку та структури потреб людей.

Мотивація трудової діяльності може бути дієвою за умови застосування сучасних форм і методів матеріального стимулювання персоналу. Підвищення значення трудових і статусних мотивів, що спостерігається сьогодні, не означає зниження ролі матеріальних стимулів, вони залишаються важливим чинником, який здатний суттєво підвищити трудову активність та сприяти досягненню високих результатів індивідуальної та колективної діяльності .

Теорія очікувань засновується на припущенні, що людина направляє свої зусилля на досягнення якої-небудь мети тільки тоді, коли буде упевнений у великій імовірності задоволення за цей рахунок своїх потреб або досягнення мети. Теорія справедливості передбачає, що люди піддають суб'єктивній оцінці відношення винагороди до затрачених зусиль і порівнюють його з тим, що, як вони вважають, отримали інші працівники за аналогічну роботу. Несправедлива, за їх оцінками, винагорода приводить до виникнення психологічного напруження.

Теорії психології мотивації досі продовжують розроблятися. Тільки інтеграція всіх теорій з глибоким аналізом і вичлененням всього того позитивного, що міститься, здатне дати нам більш-менш повну картину детермінації людської поведінки. Однак таке зближення серйозно утруднюється через неузгодженість вихідних позицій, розрізняй у методах досліджень, термінології та через брак твердо встановлених фактів про мотивацію людини.

РОЗДІЛ II. ТЕОРЕТИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ЖУРНАЛІСТСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Особливості професійної діяльності журналістів

Специфіка професійної діяльності фахівця ЗМІ має декілька особливостей. По-перше, вона зумовлена своєю соціальною та суспільною значущістю та особливостями. По-друге, вона визначається видом діяльності (радіо, газета, телебачення та ін.).

Варто вказати, що журналістика як професійна діяльність включена як засіб і у відносини між свідомістю та поведінкою людей (суспільною свідомістю та суспільною поведінкою – відносини саморегуляції суспільства як системи), і у відносини інститутів влади та народу (відносини управління у суспільстві як системи). Проте, реалізуючи свою функцію засобу, журналістика грає у цих відносинах – у цих різних регулятивних структурах – далеко не однакову роль. Будучи включеною у відносини управління, вона посідає у суспільстві місце між владою у всіх її проявах та народом [12].

Журналістика інформує про владні рішення, сприяє їх розповсюдженню та роз'ясненню, повідомляє про реакцію мас на них, оголошує вимоги народу до влади, – словом, діє як одна з ланок механізму управління суспільними процесами. А будучи включеною безпосередньо у відносини суспільної свідомості та суспільного буття, вона постає як автономна, самостійна ланка в механізмах саморегуляції суспільства.

Функції журналістики: - давати членам суспільства оперативне знання про дійсність, про всі її суттєві зміни, причому як на очевидному рівні (події), так і на неочевидному, зрозумілому зусиллями думки (проблеми), незалежно від того, хочуть чи не хочуть цього інститути влади; - забезпечувати громадянам арену вільного обміну думками, створюючи можливість для самовизначення громадської думки, і часто всупереч бажанню владних структур цю думку спрямовано формувати; - насичувати спрямовані суспільству масові інформаційні потоки матеріалами, що несуть у собі ще не освоєні аудиторією знання, норми та

цінності, забезпечуючи можливість їх конкуренції та спонукаючи тим самим людей до моральних, духовних пошуків, завдяки яким здійснюється розвиток масової свідомості суспільства та збереження необхідного рівня її наступності [22].

Подвійність призначення стає об'єктивною основою для виникнення двох суперечливих тенденцій у професійній діяльності журналіста (ПДЖ): тенденції до сполученості журналістики з владою та тенденції до незалежності від влади. Природно, що під час функціонування журналістики між цими тенденціями неминуче виникає протистояння та спалахує боротьба. Вона стає рушійним протиріччям журналістики, визначальним її розвиток, має безліч проявів і вирішує періодичну зміну її станів.

Залежно від стадії розгортання протиріччя, на різних історичних етапах журналістика знаходить різний образ. То в офіційному своєму прояві вона виглядає додатком влади, зв'язаним по руках і ногах (приклад тому – її становище в тоталітарних державах), і в такому випадку в суспільстві неминуче формується її другий, неофіційний, підпільний шар, що претендує на чесне посередництво у відносинах між свідомістю та поведінкою людини. А то раптом вона стає жорсткою, безкомпромісною опозицією владним структурам, викликаючи ситуації, за яких інститути влади задихаються без інформаційної підтримки преси, а народ страждає від неузгодженості практичних дій і хаосу в суспільному житті.

Розгляд професійної діяльності журналіста як предмет наукового дослідження продиктований актуальною для сьогоднішнього дня проблемою підготовки кадрів працівників ЗМІ. Вона може бути визначена як пошук оптимальних умов освоєння професії журналіста у межах вузівської освіти у період формування та розвитку країни ринкової економіки.

Протягом десятиліть вважалося, що найкращий шлях для становлення журналіста — навчання професії безпосередньо на практиці через передачу досвіду від старшого покоління до молодшого з рук в руки. З акцентом на це і будувалися заняття в університетах. Той факт, що таким чином разом із

досягненнями практики передаються новачкам та її мінуси, довгий час уваги до себе не привертав. Він був усвідомлений як проблема лише у ситуації, коли намітився помітний розрив між вимогами до журналіста, які висунув час, та реальним рівнем готовності випускників вищої школи до професійної діяльності.

Щоб вирішити цю проблему, потрібно визначити необхідний обсяг теоретичних знань, які допоможуть студентам усвідомити плюси та мінуси практики в сучасних обставинах, а також отримати необхідний набір практичних умінь (сьогодні такі комплекси знань та умінь прийнято називати компетенціями). Наука про журналістику постала перед неминучістю звернення до дослідження професійної діяльності журналіста з позицій, які б дозволили адекватно відобразити як її функції у суспільстві, а й особливості її інструментарію та процесу.

Як відомо, такі позиції забезпечує системний підхід - напрям у методології наукового пізнання, основу якого становить розуміння світобудови як мегасистеми, що складається з безлічі взаємопов'язаних між собою елементів, представлених системами різних типів, різних рівнів, різного ступеня складності. Орієнтуючи пізнавальний процес на адекватне відображення взаємозв'язків компонентів реального світу, системний підхід таки передбачає при розгляді того чи іншого об'єкта дійсності виявлення його місця та функцій у системі вищого порядку, з одного боку, та особливостей його власної структури, що визначають можливість реалізації цих функцій, - з іншого.[25]

Професійна діяльність журналіста — об'єкт системного типу, оскільки складається з взаємопов'язаних різнопорядкових елементів, об'єднаних у кілька структур, і має цілісність — здатність виявляти свою сутність лише через взаємодію цих елементів.

Поряд з іншими видами професійної діяльності професійна діяльність журналіста і сама виступає як елемент по відношенню до систем вищого рівня, до яких вона входить. Насамперед тут слід назвати соціальну діяльність. Вона є спосіб існування матерії на тому етапі її розвитку, коли в ній визначилися суб'єктно-об'єктні відносини, а інформаційно-керуючі та речовинно-енергетичні

процеси, з яких вона складається, стали опосередкованими. Цей етап розпочався з моменту, що відповідає виникненню людства, що ознаменував собою появу соціальної форми руху, що істотно відрізняється від біологічної.

Сутність соціальної діяльності проявляється через взаємодію її суб'єкта - людства (суспільства) - з об'єктом, як якого виступає місце існування людства (природа), за допомогою створюваних суб'єктом засобів. Протікаючи як прямої і зворотний зв'язок, це взаємодія отримує можливість саморегуляції, завдяки чому соціальна діяльність як система знаходить здатність у мінливих умовах виборювати свою цілісність і стійкість.

Людство з такої точки зору виступає як елемент соціальної діяльності, але елемента, функція якого для системи виявляється визначальною, оскільки полягає в тому, що він виконує роль ділянки управління по відношенню до інших елементів, що утворює в сукупності керовану ділянку системи. Як не важко здогадатися, ці інші елементи включають об'єкт діяльності, що інтегрує в собі безліч потенційних предметів для переробки в продукти, і розгорнутий комплекс засобів діяльності.

Як самостійна система людство також характеризується здатністю до саморегуляції. І оскільки воно є освітою складне, багаторівневе, поліструктурне, контурів саморегуляції в ньому кілька, причому вони тісно пов'язані. Це дозволило німецькому філософу Г. Клаусу назвати їх переплетеними контурами регулювання.

Одна з регулятивних структур у цьому випадку — автономні відносини свідомості та поведінки людей, у яких перше виступає як ділянка управління, а друге — як керована ділянка. Друга регулятивна структура - відносини між інститутами влади, створюваними як механізм для забезпечення узгодженості дій суспільства в його власних інтересах, і народом - масами, що сукупністю утворюють суспільство індивідів. У разі ділянкою управління є перші, а керованим ділянкою — другі.

Обидві структури характеризуються тим, що процес прямого та зворотного зв'язку керуючого та керованого ділянок у них багаторазово опосередковані, що

забезпечують особливі види діяльності, відомі як виробництво та поширення інформаційних та речовинно-енергетичних продуктів, викликаних до життя різноманітними потребами людства (суспільними потребами). Переплетення контурів саморегуляції суспільства виникає як наслідок включеності тих самих засобів у різні регулятивні структури.

Серед провідних, системотворчих ознак журналістської професії виділяються такі: функції, що переважають; тип, характеристики, об'єкт та умови діяльності; типи контактів та способи взаємодії з аудиторією; об'єкти відбиття; система джерел інформації; режим та ритм праці. Більшість зазначених параметрів, що утворюють каркас професії, так чи інакше пов'язана з поняттям діяльності – специфічно людської форми ставлення до навколишнього світу, спрямованої на його доцільну зміну .

Діяльнісний підхід до професії журналіста є принципово важливим з кількох причин. Діяльність невід'ємна від свідомості – найвищого рівня сприйняття та осмислення дійсності людиною. Свідомість – це стан, у якому ми здатні описувати словами, представляти справами чи образами свої відчуття, почуття, думки. У розвиненому свідомості чуттєві образи переплавляються на значення, що формуються під впливом соціальної практики. Особистість завжди співвідносить значення зі своїми потребами, і звідси виникає упередженість свідомості. Поза цими процесами журналістика немислима: при «непрацюючому» свідомості порушуються вищі форми інтелектуальної та моральної поведінки .

У результаті діяльності людина починає відрізняти себе від інших, формується його самосвідомість, осмислюються можливості. Він намічає цілі, ставить завдання, передбачає результати своєї активності в індивідуальному та соціальному вимірах. Діяльнісний підхід дозволяє глибше усвідомити суб'єктивну сторону журналістики, гармонію її творчих та нетворчих початків.

Відомо, що поняття творчості по-різному трактується вченими та художниками; у найзагальнішому вигляді – це поява нового у будь-якій галузі людської практики.

Творчість проявляється у тих ситуаціях, коли людина сама, без точної інструкції вирішує, як їй вчинити. У такому разі журналістика пронизана

творчістю: співробітнику ЗМІ доводиться приймати рішення в конкретних умовах, що іноді спростовують схеми, які раніше стійко існували і в соціальній практиці, і в суспільній свідомості, які не вкладаються в рамки нашого повсякденного досвіду. Але праця журналіста професійна, тобто підпорядкована заданим алгоритмам, залежним від знань, підготовки, практичних навичок, корпоративних традицій .

Багато чого у роботі журналіста залежить від його особистості – особливої, що формується у соціокультурному середовищі якості людини. Зрозуміти особистість – отже встановити, як взаємодіють друг з одним її компоненти, зумовлені біологічно, психологічно, соціально.

Серед біологічно запрограмованих властивостей особистості важливу роль відіграє вік. Дорослість людини відображає його рух у часі, пошук самого себе. У журналістиці необхідно враховувати і гендерні характеристики особистості (гендер – термін, що застосовується у психології під час аналізу відмінностей між статями) .

Сьогодні навряд чи хтось засумнівається, що жінки роблять особливий і неоціненний внесок у соціокультурний розвиток. У той же час викликають полеміку міркування про те, чи існує жіноча поезія та жіноча проза, жіночі та чоловічі професії. Зрештою, не можна однозначно стверджувати, що ми маємо повне уявлення про феномен «жіночої журналістики». Проте аналіз трудових ресурсів ЗМІ свідчить про розширення участі жінок у мас медіа .

Деякі психологи вважають, що півкулі головного мозку краще координуються у жінок, ніж чоловіки. Тому рішення, прийняті жінками, більш адекватні емоційно-раціональному різноманіттю світу.

Журналістки з великим досвідом роботи стверджують, що не можна скидати з рахунків твердження науки про те, що у жінок зона у правій півкулі, яка відповідає за емоції, у вісім разів більша, ніж у чоловіків. У результаті специфічний компонент у різних пропорціях з лівополушарним (логічним) сприйняттям, так чи інакше, дає знати у нашому ремеслі.

Входженню в професію допомагають або заважають генетично зумовлені фактори (емоційна стійкість, екстраверсія – орієнтованість людини на зовнішній світ, альтруїзм – безкорислива турбота про благо інших, сором'язливість, боязкість, відчуженість, агресивність, прагнення до лідерства). Де б не працював журналіст, йому знадобиться фізична витривалість, щоб упоратися з перевантаженнями, стресами та з честю пройти випробування в екстремальних ситуаціях

Для співробітників ЗМІ особливу значущість набуває темпераменту (співвідношення індивідуальних властивостей особистості, пов'язаних з динамікою психічної діяльності). Вчені досліджували проблему типового для журналіста темпераменту. Серед журналістів є й холерики – активні, сильні, але не врівноважені люди, меланхоліки – вразливі, глибоко переживаючі, але в'яло сприймаючі навколишнє, флегматики – незворушні, врівноважені, які мають завидну постійність.

Переважно, на думку фахівців, сангвініки. Вони мають хорошу реакцію, легко відгукуються на те, що відбувається навколо, швидше справляються з неприємностями, якими рясніє напружена репортерська професія .

Психофізіологічні властивості автора по-різному проявляються у газетному матеріалі, теле- та радіопередачі. На газетній чи журнальній смужці темперамент відбивається у системі мовних образно-виразних засобів, які надають тексту емоційно-експресивне забарвлення. У свою чергу на радіо тембр голосу, інтонація, темп промови дають нам додаткову інформацію про те, що говорить. Нарешті, на телебаченні наше сприйняття диктора, коментатора, ведучого залежить від першого враження про людину, її зовнішність, естетичну привабливість, експресію. Тут повідомлення, виражене словом, накладається невербальна інформація, що передається мовою міміки, жестів, рухів.

Значимість всіх цих аспектів, а також манери поведінки зростає в ході безпосереднього спілкування журналіста з майбутніми героями його творів, з тими, у кого він отримує інформацію з колегами

У мас-медіа зустрічаються різні типи особистості: звернені «в себе» інтроверти та розкриті назустріч навколишній реальності екстраверти.

Незважаючи на те, що вчені давно прагнули виявити складові елементи характеру, уніфікованого підходу до цієї проблеми так і не вироблено. До того ж, соціально-історичні умови здатні змінювати характерологічний портрет особистості. Особливо це відчутно у переломні моменти у суспільному розвитку.

Успіх у будь-якій роботі, зокрема журналістської, залежить від здібностей – індивідуально-психологічних особливостей особистості, які визначають якісний рівень продукції. Вони зумовлюють легкість і швидкість навчання новим способам та прийомам діяльності і не зводяться тільки до знань, умінь та навичок.

Основою здібностей служить інтелект, що зумовлює засвоєння журналістом знань та досвіду, їх збереження, використання на практиці. Інтелект включає у собі увагу – своєрідне настроювання людини на сприйняття пріоритетної інформації та виконання поставлених завдань, уяву – здатність створювати нові образи під час відображення дійсності, пам'ять – вид психічного відображення дійсності, що передбачає закріплення, збереження та подальше відтворення людиною свого досвіду, мислення – високу форму творчого прояву особистості.

Дослідник ЗМІ І.М. Дзялошинський вважає, що за допомогою такого критерію, як відношення до протиріччя, можна розглянути кілька стилів журналістського мислення: міфологічне (ігноруюче протиріччя), формально логічне (що прагне знищення або примирення протиріч) і діалектичне (орієнтоване на виявлення реальних протиріч сили будь-яких явищ).

Надзвичайно значущі у журналістській професії почуття – вищий продукт розвитку емоційних процесів. У почуттях, що пов'язують між собою пізнавальні процеси, переживання, емоційні реакції, виражається соціальна сутність людини. Для журналіста важливо етичні почуття. Вони програмують його поведінку, відбивають його гармонію чи дисгармонію із суспільством. Саме вони зумовлюють вибір людиною улюбленої справи.

Велике регуляторне навантаження несе на собі совість (психологи співвідносять етимологію цього слова з вимогою поводитися відповідно до певних норм – совісті). Так само актуальні для журналістської професії пізнавальні почуття – допитливість, любов до істини, жадоба знань, радість відкриття. Від сили інтелектуальних відчуттів залежить працездатність людини.

Сучасна практична журналістика надає найширший простір для творчого самовираження особистості, але вона висуває найвищі критерії професіоналізму кожного, хто вирішив пов'язати з нею своє життя. У другому розділі нашої роботи ми наведемо дослідження психологічної мотивації діяльності журналістів.

2.2. Психологічна культура журналіста.

У сучасній масовій комунікації дедалі більше уваги приділяється психологічним феноменам. Нова медійна реальність потребує підвищення психологічної компетентності майбутніх професіоналів масової комунікації. Враховуючи, що одним із завдань журналістики є трансформація внутрішньої картини світу суб'єкта, забезпечення людини позитивною інформацією, а також, крім інформації, передача аудиторії емоційно-ціннісної авторської позиції, сьогодні журналісту явно недостатньо «життєвих» знань про закономірності розвитку та функціонування психіки.

Крім розуміння загальних законів, процесів та закономірностей психологічного розвитку та взаємодії, професійну свідомість майбутніх журналістів слід доповнювати науковими знаннями для підвищення та вдосконалення їхньої психологічної культури. Слід розуміти, що у словосполученні -психологічна культура, культура - це рівень, рівень розвитку, досягнута у будь-якій галузі знань чи діяльності.

Психологічна культура та психологічна компетентність журналіста формуються під впливом багатьох факторів, серед яких:

- пізнання себе як особистості та професіонала,
- знання психології людей та їх поведінки,
- володіння психологічними методами впливу на масову свідомість та поведінку аудиторії,

- розуміння психологічних особливостей журналістської творчості,
- Вміння застосовувати методи психологічної саморегуляції у професійній діяльності.

Психологічна структура особистості журналіста. Цей блок моделі журналіста дуже різноманітний: сюди входять характеристика типу особистості, темпераменту, характеру, особливості уваги, пам'яті, мислення, уяви, творчих здібностей.

Тип особистості. Громадська, завжди пов'язані з комунікацією, спілкуванням із людьми, ситуативна і адаптивна журналістська професія передбачає екстравертний, тобто. відкритий тип особистості, що добре пристосовується до обставин. Але відомо, що замкнутий, зосереджений інтровертний тип особистості часто характеризує творчих людей, якими є журналісти. Тому амбівертний (тобто об'єднує екстравертні та інтровертні риси) тип особистості нерідкий у журналістиці. За даними соціопсихологічних досліджень, більшість журналістів — екстраверти та амбіверти. Очевидно, що репортерська професія, професія провідного модератора на ТБ вимагає екстравертної організації особистості. А ось аналітик, публіцист, працівник відділу культури може належати до інтровертного типу.

Спілкуванням із людьми, ситуативна і адаптивна журналістська професія передбачає екстравертний, тобто. відкритий тип особистості, що добре пристосовується до обставин. Але відомо, що замкнутий, зосереджений інтровертний тип особистості часто характеризує творчих людей, якими є журналісти. Тому амбівертний (тобто об'єднує екстравертні та інтровертні риси) тип особистості нерідкий у журналістиці.

За даними соціопсихологічних досліджень, більшість журналістів — екстраверти та амбіверти. Очевидно, що репортерська професія, професія ведучого-модератора на ТБ потребує екстравертної організації особистості. [54]

Аналітик, публіцист, працівник відділу культури може належати до інтровертного типу.

Дослідження показали, що екстраверти переважно займаються репортерською та організаційною роботою, інтроверти — аналітикою. Взагалі журналістська професія сприяє тому, що інтровертна людина може дещо екстравертуватись.

Існує чотири типи темпераменту: врівноважений екстравертний (сангвінік), нерівноважений екстравертний (холерик) та два інтровертні: врівноважений (флегматик) та нерівноважений (меланхолік). Для стресової, напруженої відкритої публічної професії журналіста звичайно краще сангвінік. Однак для репортерства, для ведучого ТБ часом підійде холерик (особливо для молодіжних передач).

Для аналітика непоганий буде і флегматик, для критика — меланхолік, бо він краще вміє помічати у нашому житті негативні сторони, фіксувати проблеми. Визначити тип свого темпераменту можна за допомогою тестових методик.

Характер складається з великої кількості якостей і рис, що не піддаються перерахунку. Але про деякі якості слід сказати особливо. Це працездатність, бажання працювати, наполегливість, вміння доводити розпочату справу остаточно, тримати своє слово, тобто. вольові якості.

За багаторічними соціологічними опитуваннями студентів-журналістів, які проводились, виявляється, що саме на нестачу сили волі, працездатності особливо нарікають майбутні журналісти. Не може бути якоїсь однієї моделі здібностей для всіх професійних спеціалізацій.

Для репортера особливе значення набувають таких якостей, як оперативність, мобільність, адаптивність, стресостійкість, швидкість реакції, вміння швидко переключитися з одного на інше, винахідливість, особливий «репортерський нюх» на цікаву інформацію, сенсацію, широка поінформованість і допитливість, а також витривалість і справжня мужність.

Для аналітика важливі глибока компетентність у своїй сфері, глибина розуміння дійсності, вміння розглядати окремі явища у зв'язку з іншими, їх складності та цілісності, об'єктивність, здатність надати та об'єктивно помічати

різні позиції, діалектизм, нестандартність, незалежність суджень, політична культура та культура ведення дискусій, здатність робити прогнози.

Публіцист немислимий без яскравої індивідуальності, високої частки особистісного початку творчості, вміння привернути увагу аудиторії, переконати її. Йому потрібні ерудиція, яскраво виражені літературні здібності, образна метафорична мова, творча індивідуальність, нестандартність, аналітичні здібності, незалежність суджень.

Ведучий телевізійного ток-шоу, модератор, який організовує спілкування в студії, - це людина артистична, приваблива, що має швидку реакцію, винахідливість, імпровізаційність. Він повинен мати своє «обличчя», яскраво виражену індивідуальність, вміти спілкуватися з людьми, які прийшли на передачу в студію, бути щирим, але й упевненим у собі, розкутим, але тактовним. Добре володіти усною мовою, мати приємний тембр голосу та телегенічну зовнішність, вміти працювати у прямому ефірі.

Однією з найважливіших рис є емоційність, здатність до гумору, іронії, «грі» з глядачами та учасниками передачі. Інтерв'юер немислимий без комунікабельності, уваги та інтересу до особистості співрозмовника, вміння «розговорити» його, здатності ставити небанальні питання, вміло спрямовувати бесіду, самому бути цікавим співрозмовником. Кожна зі спеціалізацій потребує певної сукупності якостей.

2.3. Мотиваційна структура журналіста: ціннісні орієнтації

Професіоналізм — це не стільки характеристики продуктивності праці, скільки характеристики мотивації особистості, системи прагнень, ціннісних орієнтацій, смислів, які сама людина вносить у свою роботу.

Потреби та ціннісні орієнтації становлять основу мотивів професійних дій. Мотиви, у свою чергу, — це внутрішні мотиви, що визначають спрямованість діяльності особи у професійній поведінці загалом та орієнтацію особи на різні сторони самої професійної діяльності.

З працевлаштуванням пов'язані наступні мотиви:

- актуальні мотиви трудової діяльності,

- мотиви вибору професії,

Щодо журналістики, то найбільшу увагу дослідників привертають вибір професії та уявлення про професійну діяльність під час навчання в коледжі.

Дослідники виділяють чотири основні причини, чому люди приходять у журналістику. Перший мотив – повсякденне життя (десь треба було вчитися, десь працювати, журналістика не гірша за інші професії). Другий мотив — марносластво (журналістика, телебачення — це паспорт у світ еліти, «мама казала, що я так добре виглядаю на екрані»). Третій мотив – цікавість (люблю розповідати, бачити світ, вивчати його). Четвертий мотив – місіонерство (розуміння, що таке фікс-ідея професії, бажання слідувати цій ідеї).

Важливо відзначити мотиви, необхідні для комфортного самопочуття на роботі, саморозвитку на роботі тощо.

Мотиви професійної мети:

приносити журналістику на користь суспільства,

Мотиви професійної діяльності (процесуальні):

зосередженість на професійній діяльності в цілому,

зміст роботи журналіста, роботи за певною спеціальністю або в конкретній компанії,

володіння методами і прийомами роботи в рамках навчання,

здатність самостійно приймати рішення, відсутність жорсткої регламентації вибору методів роботи,

різноманітні професії, різноманітні методи роботи, спеціалізації, журналістські теми та ситуації,

пошук нових тем, нових творчих рухів і технік.

Мотиви професійної діяльності (продуктивні)

- Створення нових духовних цінностей, інформації, освіти,

- важливість результатів роботи,

- здатність досягати досягнень, високих результатів,

- прагнення перевершити існуючих професіоналів у журналістиці,

- індивідуальне самостійне варіювання режимів праці та відпочинку.

Мотиви професійного спілкування

- самореалізація та самопроекування,
- позитивна Я-концепція, самооцінка, можливість стати хорошим професіоналом,
- Свобода дизайну, можливість професійного та особистого розвитку,
- бажання збагатити досвід професії своїм внеском.

Сфера мотивації професійної діяльності неоднакова на різних етапах професіоналізації. Таким чином, на етапі вибору професії виникає інтерес до змісту майбутньої професії, виникає розуміння важливості професії та професійного покликання, бажання увійти в певне професійне співтовариство, виникають професійні очікування.

На першому рівні професійної підготовки починається адаптація в міру адаптації особистості до професії, планується уточнення її професійних вимог, можливе охолодження інтересу до обраної професії, прийняття на професійну роль.

На другому етапі практичного оволодіння професією поглиблюється адаптація, коригуються професійні мотиви та цілі, зміцнюються мотиви подолання високих стандартів і зразків професійної майстерності, з'являється перше задоволення від роботи, мотиви самореалізації особистості в роботі. виникають і зі збільшенням кількості мотивів у мотиваційній сфері їх складність стає все більш складною.

У фазі розквіту, третьому етапі професійної діяльності посилюються мотиви індивідуального внеску в професію та професійну творчість, активізується творення сенсу в професії як пошук нових смислів професії для себе, переважання сенсу професії. посилюється конструктивний мотиваційний напрямок, який наближає людину до творення.

А наприкінці професійної діяльності, залишаючи професію, можна спостерігати або спонування до самореалізації особистості в нових формах діяльності – наставництва, мемуаристики, або захисну мотивацію уникати труднощів, протилежних професійним інтересам молоді, рецидив.

Сильний мотиватор — страх повернутися без шматка хліба чи даху над головою бути залишеним. По-перше, цей мотиватор не визначає поведінку тих, хто «працює не зі страху, а за совістю», по-друге, для більшості здібних і освічених людей він не є визначальним.

Професійно-етичні цінності журналіста:

Професійно-етичні цінності журналістського співтовариства є основою професійної моралі, функція якої - забезпечити таку поведінку членів професійної групи, за якої ця діяльність дає найкращі результати, виправдовуючи своє громадське призначення. Фактором, визначальним для журналістського співтовариства його професійно-етичні цінності, є місія журналістики - її призначення, реалізоване через сукупність функцій, актуальних у тому чи іншого періоду у суспільному розвитку.[53]

Ці цінності знайшли своє відображення у професійно-етичних кодексах, що виникли внаслідок процесу рефлексії свідомості професійної групи. Це свого роду синкретизм елементарних норм (звичок, звичаїв, звичаїв) як здорового глузду культури та цінностей, функція яких у оптимізації, підвищенні ефективності діяльності.

Зміни цінностей соціального середовища ЗМІ, пов'язані з переходом до ринкової економіки, трансформацією політичної системи, технологічною революцією, поширенням інтернету, перетворення медіасистем та бізнесу засобів масової інформації, що протікають на тлі все більш глибокого взаємопроникнення бізнесу та політики, призводять до серйозних зрушень у розумінні фундаментальних і етичних засад самої журналістики.

Відокремити журналістику як інститут, що надає суспільству об'єктивну та достовірну інформацію про реальність, від інших потоків масових комунікацій (реклама, піар, індустрія розваг та політична пропаганда) стає дедалі складніше.

Міжнародне журналістське співтовариство намагається протистояти цим процесам, створюючи організації, мета яких – дослідження основних цінностей сучасної журналістики. Так, ще 1997 р. в Америці було створено «Committee of Concerned Journalists», де протягом кількох років серед журналістів та аудиторії

проводилися соціологічні дослідження, головною метою яких було виявлення фундаментальних цінностей та мотивацій, що управляють сучасною журналістською спільнотою, а також ступеня їх адекватності очікуванням аудиторії.

Результати цієї багаторічної роботи були узагальнені в книзі *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Міжнародна та Європейська федерації журналістів виступили ініціаторами рухів «Ethical Journalism Initiative» та «Stand up for Journalism», метою яких є повернення в журналістику її головних цінностей: свободи слова та якості інформації, що публікується.

Кодекс професійної етики українського журналіста прийнятий на X з'їзді Національної спілки журналістів України (квітень 2002 року) дає можливість ознайомитись із цінностями журналістської спільноти України.

Кодекс професійної етики українського журналіста визначає основні морально-етичні орієнтири, яких журналіст має дотримуватися при виконанні своїх професійних обов'язків з тим, щоб його діяльність всіяко сприяла якнайкращому і найефективнішому виявленню власних творчих можливостей в ім'я утвердження добра і справедливості. Водночас журналіст зобов'язаний сприяти зміцненню моральних та етичних засад суспільства, збереженню національних, культурних традицій, протистояти впливу культу насильства, жорстокості, порнографії.[33]

Зміна цінностей у соціальному середовищі ЗМІ, а саме ціннісного формулювання потреб і, як наслідок, ослаблення трансперсонального комплексу цінностей, знайшло відображення в декларованих цінностях журналістської спільноти. І це в першу чергу торкнулося категорій професійної етики, що визначають основу професійної позиції журналіста як особистості, яка ідентифікує себе з професійною спільнотою, тобто, головне: цінності – цілі професії.

З прийняттям останніх національних кодексів журналіст може лише прояснити моральний зміст професії, посилаючись на міжнародні етичні

документи. Говорячи про інструментальні цінності, ми бачимо, що фокус перемістився з відповідальності на зникнення механізму відповідальності в бік прав, але водночас, схоже, була спроба приборкати можливі зловживання.

Зв'язок внутрішньої та зовнішньої мотивації:

Розрізняють внутрішню і зовнішню мотивацію. При внутрішньому спонуканні людина «має», як кажуть, винагороду за свої вчинки: відчуття власної компетентності, впевненість у своїх силах і намірах, задоволеність своєю роботою, самореалізація.

Внутрішня мотивація підкріплюється позитивними відгуками у вигляді похвали, визнання тощо. Зовнішня мотивація залежить від відносин людини з оточенням (це може бути бажання отримати винагороду, уникнути покарання тощо). Вона регулюється зовнішніми психологічними та матеріальними умовами діяльності. Якщо людина працює за гроші, то гроші є внутрішнім мотиватором, а якщо в першу чергу заради інтересу до роботи, то гроші є зовнішнім мотиватором.

Можна виділити такі характеристики зовнішньої та внутрішньої мотивації: зовнішня мотивація загалом сприяє збільшенню обсягу роботи, а внутрішня мотивація – якісній; Коли зовнішня мотивація (як позитивна, так і негативна) не досягає «порогові» або взагалі знімається, внутрішня мотивація зростає; Коли внутрішня мотивація змінюється зовнішньою, перша зазвичай знижується; зростання впевненості в собі та власних силах сприяє посиленню внутрішньої мотивації. Вдале співвідношення внутрішньої та зовнішньої мотивації визначає інтенсивність руху до мети. Якщо є внутрішня мотивація, це дуже добре, людину не треба штовхати. [33]

Причини втрати мотивації:

Залишатися мотивованим досить важко, тому що це боротьба — нас постійно бомбардують негативними думками та турботами про майбутнє. Кожна людина схильна до сумнівів і депресії. Успішну людину відрізняє здатність розвиватися. Немає легкого вирішення проблеми відсутності мотивації. Навіть після вирішення проблеми кілька разів вона з'являється при перших ознаках

помилки. Ключ до вирішення проблеми — розуміння своїх думок і їх здатність контролювати ваші емоції. Щоб врятуватися від рецесії і стати на шлях підвищення мотивації, ми повинні навчитися розвивати мотиваційні думки, нейтралізувати негативні наслідки і залишатися зосередженими на поставленому завданні. Чому ми втрачаємо мотивацію? Існує три основні причини втрати мотивації: . Відсутність впевненості – якщо ви не вірите, що можете досягти успіху, чи варто намагатися? . Відсутність уваги - якщо ви не знаєте, чого хочете, ви дійсно чогось хочете? . Дезорієнтація – коли ви не знаєте, що і як робити, чи можете ви мотивувати себе діяти? [54]

Перша причина втрати мотивації - це невпевненість. Коли людина думає про те, чого вона хоче, її розум створює пояснення, чому вона цього не отримує. Це призводить до негативних думок. Помилки минулого, невдачі та особисті недоліки домінують над людським розумом. Людина починає звертати увагу на ці проблеми і шукає виправдання, чому не може досягти успіху. Тому він має погане враження і втрачає впевненість у собі.

Спосіб вийти з цієї мережі думок – зосередитися на вдячності. Вам потрібно зосередитися на позитивних речах у вашому житті. Складіть список своїх сильних сторін, минулих досягнень і поточних переваг. Люди схильні сприймати свої сильні сторони як належне і боротися зі своїми недоліками. Але, створюючи почуття вдячності, людина починає усвідомлювати, наскільки вона вже здатна та успішна. Подяка зміцнить впевненість у собі та мотивує до дій, спрямованих на наявний успіх.[34]

Друга причина втрати мотивації – це брак уваги. Як часто ми звертаємо увагу на те, чого не хочемо? Ми схильні мислити страхом. Я боюся бідності. Боюся, мене ніхто не поважатиме. Я боюся самотності. Проблема такого способу мислення полягає в тому, що страх заважає діям. Це зростає і пригнічує мотивацію. У випадку з майбутніми журналістами це, швидше за все, так. Спробувавши свої сили у професії, студенти зрозуміли, що медіа платять невисоко, вони не можуть повністю себе реалізувати, і це їх налякало.

Коли страх долає людину, першим кроком має бути зосередженість на чіткому визначенні мети. Після визначення мети вона автоматично визначає набір заходів для її досягнення. Замість того, щоб піддатися страху, людина зосереджується на позитивній меті, тим самим змушуючи свій мозок працювати. Він відразу починає розробляти план успіху.

Замість того, щоб турбуватися про майбутнє, він починає щось робити, щоб сформувавши його. Це перший крок до мотивації до дій. Останнім елементом мотивації є напрямок. Якщо зосередженість допомагає знайти конкретну мету, напрямок забезпечує щоденну стратегію її досягнення. Дезорієнтація руйнує мотивацію. Що ж, ключ до пошуку напрямку – це визначення діяльності, яка веде до успіху.[34]

Кожна ціль повинна мати кроки для її досягнення, деякі з яких працюють, інші ні. Потрібно скласти список і скласти план усіх необхідних дій. Виконання найважливіших завдань спрямує енергію на успіх. Коли мотивація починає слабшати, потрібно спробувати відновити порядок складання плану, який включає дві позитивні дії.

Перше – невеликий крок, а друге – довгострокова мета. Періодичне вчинення цих дій дозволяє виходити з періодів спаду, створювати позитивні опори та отримувати довгострокові плани руху. Неминуче зіткнення з періодами слабкості, з невдачею і навіть окремими невдачами. Якщо розум не дисциплінований, ці незначні перепони можуть перерости у справжніх монстрів.[34]

2.4.Емоційне вигоряння журналістів

Специфіка професійної діяльності фахівця ЗМІ має декілька особливостей. По-перше, вона зумовлена своєю соціальною та суспільною значущістю та особливостями. По-друге, вона визначається видом діяльності (радіо, газета, телебачення та ін.).

Варто вказати, що журналістика як професійна діяльність включена як засіб і у відносини між свідомістю та поведінкою людей (суспільною свідомістю та суспільною поведінкою –відносини саморегуляції суспільства як системи), і у

відносини інститутів влади та народу (відносини управління у суспільстві як системи). Проте, реалізуючи свою функцію засобу, журналістика грає у цих відносинах – у цих різних регулятивних структурах – далеко не однакову роль. Будучи включеною у відносини управління, вона посідає у суспільстві місце між владою у всіх її проявах та народом [12]

особливості професійної діяльності, так чи інакше, роблять професію фахівця ЗМІ досить стресогенною. В якості стресогенних чинників можна визначити наступні: -емоційні навантаження у процесі комунікації з іншими людьми;-відповідальність перед суспільством;-ненормований графік роботи;-необхідність обробки та запам'ятовування великих обсягів інформації;-обмежені часові рамки для виконання своїх професійних обов'язків; -надмірна багатозадачність у роботі;-конкуренція у професії [31].

На сьогоднішній день в психологічній науці, в питанні стадій та симптомів прояву професійного вигорання фахівця, більшість науковців використовують модель К. Маслач.

Модель синдрому (за К. Маслач) може бути представлена як трикомпонентна структура, що включає: – емоційне виснаження (емоційна перенапруга, спустошеність, вичерпаність власних емоційних ресурсів);–деперсоналізацію (тенденцію до розвитку негативного, бездушного, цинічного ставлення до подразників, що характеризується зростанням знеособленості та формальності контактів); – редуцію персональних досягнень (зниження почуття компетентності у своїй роботі, невдоволеність собою, зменшення цінності своєї діяльності, негативне самосприйняття у професійній сфері, поява почуття власної неспроможності, байдужості до роботи) [12].

Професія журналіста чи фахівця ЗМІ ніколи не ставала предметом ґрунтовного психологічного дослідження. В психологічній науці майже не розкриті психологічні особливості професійної діяльності фахівців цієї галузі, в тому числі проблема професійного вигорання її фахівців. Відтак, породжується проблема профілактики та подолання наслідків професійного вигорання фахівців ЗМІ.

У журналістиці щоденні завдання часто супроводжуються сильними емоційними викликами. Це може призвести до професійного вигорання: у журналіста знижується продуктивність, він відчувається спустошеним та стає більш цинічним.

Однак емоційний досвід журналістів та його вплив на їхнє життя мало вивчали: емоції в контексті журналістики часто протиставляються нейтральності, а у багатьох культурах можуть сприйматися як непрофесійність.

Щоби виконувати завдання ефективно та професійно, журналісти можуть контролювати свої справжні емоції під час роботи. Феномен «підміни» емоцій задля відповідності професійним стандартам називається емоційною працею (*emotional labor*). Для цього людина використовує два механізми:

Зовнішня регуляція (*surface acting*) — поведінка, за якої людина пригнічує або приховує свої почуття, а на зміну останнім демонструє ті, які від неї очікують у компанії або вимагають професійні норми (наприклад, працівники сфери послуг мають постійно усміхатися та бути в доброму гуморі, щоб налагодити зв'язок з клієнтом).

Внутрішня регуляція (*deep acting*) — свідоме управління своїми почуттями, щоб відповідати соціальним вимогам. Тобто людина не лише виражає потрібні емоції, а й намагається їх собі навіювати.

Зовнішня регуляція забирає більше сил і швидше призводить до спустошення та зростання цинічності, аніж внутрішня. Остання хоч і виснажує емоційно, не впливає на професійну ефективність.

До того ж систематичне переживання широкого діапазону емоцій може спонукати частіше використовувати стратегію внутрішньої регуляції у робочій взаємодії.

Особливо стрес вражає журналістів, які їздять на місця подій та часто висвітлюють небезпечні явища, як-от природні катастрофи чи воєнні конфлікти. Деяких ще може напружувати необхідність спілкуватися, щоб отримати доступ до інформації.

У журналістиці емоційна праця вельми поширена: це і налагодження контакту з джерелами інформації, і підтримання стосунків з аудиторією, і взаємодія з героями. Тому навички управління емоціями є одними з основних у журналістській роботі.

Роль у виникненні професійного вигорання можуть зіграти кілька чинників: особисті, організаційні та ті, що пов'язані з робочим процесом. У своєму дослідженні Леї Гуо з особистих факторів виокремлює демографічні показники, а з організаційних — робочі години, зарплатню та вимоги. Від завдання залежатиме тип комунікації, а також позитивний чи негативний контекст розмови.

За результатами досліджень, чим більше стає вимог щодо емоційної залученості — частоти, інтенсивності та різноманітності завдань — тим сильніше навантаження від емоційної праці.

На блок-схемі нижче зображено попередні фактори, які впливають на емоційну працю, стратегії пристосування та довгострокові наслідки, до яких призводить емоційне перенавантаження.

Основними проявами емоційного вигорання у журналістів є:

Напружені відносини з колегами по роботі,
незадоволеність професією, емоційне навантаження, яка призводить до втрати здатності співпереживати, соматичні проблеми (поганий сон, напруга, тривога).

Громадянські журналісти вигоряють менше. І хоча ця різниця не доходить до рівня статистичної значущості, воно дуже реалістичне і пояснюється, мабуть, тим, що для блогерів журналістика є хобі, а не роботою у звичайному значенні слова.

Респонденти, які ведуть блоги, більше здатні співпереживати, ніж ті, хто блоги не веде (хоча ця відмінність також не цілком досягає рівня статистичної значущості).

Статистично значущими є нижчі показники задоволеності у журналістів, які працюють у професійних ЗМІ і при цьому мають власні блоги. Мабуть, незадоволеність основною роботою і спонукає професійних журналістів переходити до блогерської діяльності.

Виявлено залежність між характером та рівнем емоційного вигоряння. Альтруїсти та «відповідальні» більше вигоряють, ніж егоцентрики та авантюристи. Таким чином, виявлено конституційна обумовленість вигоряння, оскільки вигоряння практично не залежить від переконань та думок, але корелює з типом характеру.

Техніки емоційної допомоги можна використовувати при професійному вигоранні або для профілактики. Загалом методи боротьби з емоційним перенавантаженням розділяють на техніки контролю та техніки уникнення.

До перших належить контоцій та пошук соціальної підтримки у сім'ї чи друзів. Дослідження показали, що журналісти, які активно використовують цю техніку, рідше стикаються з емоційним виснаженням та вигоранням.

До технік уникнення входить ухилення від важких завдань на роботі, чорний гумор, вживання психоактивних речовин. Доведено, що такі методи не усувають проблеми професійної неефективності та інші симптоми вигорання. До того ж стратегія уникання ще більше виснажує журналістів, які до неї вдаються.

Дослідження свідчать: люди, які частіше використовують механізм внутрішньої регуляції, схильні боротися з емоційним перенавантаженням через проблемно-фокусовані техніки, а не техніки уникання.

На думку вчених, поки журналістам доводиться самотужки розбиратися у труднощах емоційної праці та шукати способи, як справлятися зі стресом. Та все ж до цього процесу потрібно залучати редакції та школи журналістики, які мають надавати психологічну підтримку для репортерів-початківців, а також проводити для них тренінги щодо емоційної праці.

2.5.Формування мотивації на професію "журналіст"

Перед сучасним суспільством стоїть складне завдання вдосконалення системи професійної підготовки фахівців у галузі журналістики. За останні роки престиж самої професії журналіста різко зріс. Це пов'язано насамперед з розвитком засобів масової інформації. Але водночас виникла потреба у професіоналах нового типу:

багатосторонньо розвинених, креативно мислячих, що орієнтуються в ситуаціях будь-якої складності, здатних постійно вдосконалюватись та розвивати творчий потенціал. Тенденції, що постійно змінюються, в галузі відбору кадрів і підвищення вимог до майбутніх співробітників «журналістського цеху» ускладнюють завдання та освітнього процесу.

При цьому однією з кардинальних проблем вузівської підготовки студентів є проблема формування у майбутніх журналістів творчого потенціалу. Завдяки стрімким змінам у сучасному світі ключове місце в системі суспільного життя набуває творчості як найвища форма активності особистості, спрямована на саморозвиток та самореалізацію. Сучасне суспільство потребує особистостей творчих та активних.

У професіографії знайомий загальнометодологічний підхід, заснований на припущенні, що можна виділити деякі загальні вимоги, які пред'являються фахівцеві його діяльністю [7].

Завдання вищої школи на різних етапах розвитку залишалося незмінним – підготовка фахівців, але вимоги до спеціаліста, змінювалися.

В даний час кваліфіковані вимоги до фахівців значітко змінилися. Необхідно, щоб кожен випускник ВНЗ, який мріє про цікаву та престижну роботу, орієнтувався на те, що все більший пріоритет надається творчим і непересічним людям.

У всій журналістській універсальності лежить принцип діяльності як онтологічної основи журналізму. Тому «при вивченні журналізму необхідно виходити не з окремого професіонала та опису актів його індивідуальної поведінки, а з форм соціальної діяльності та соціальних відносин, властивих усій суспільній системі в цілому» [1].

Щоб студент факультету журналістики та майбутній професіонал міг відповідати вимогам, необхідно, щоб розвиток творчого потенціалу студентів вузу розпочинався безпосередньо на початковому етапі навчання, а саме на 1–2 курсах. Оскільки випускники шкіл приходять до вузів уже з певним «багажем» знань, умінь та здібностей, важливо створювати умови, за яких вони зможуть збагатити

свій накопичений досвід, розвинути творчий потенціал та реалізувати його у процесі навчальної діяльності.

Є деякі особливі риси, які навіть на рівні підсвідомості керують творчим процесом, спрямовуючи журналіста до створення не просто матеріалу, а матеріалу, який чітко віддзеркалює сучасність, процеси життя суспільства, який представляє собою цінність для читача чи глядача (слухача).

Це особливе бачення реальності, цілісне бачення картини буття сьогочасності. Психологи Потапчук Л.В., Занюк С. вважають, що свіжість погляду і "зіркість" пов'язані не з гостротою зору або особливостями сітківки, а є якостями мислення, тому що людина бачить не тільки за допомогою ока, але головним чином за допомогою мозку". Тому журналіст бачить не тільки зором, він володіє й іншим зором, який є інтуїцією.

Обізнаність – ще одна риса творчого журналіста. Процес пізнання триває все життя і пізнавальній діяльності журналіста велику роль грають інтелектуальні здібності, а точніше - розвиненість мислення – говорить М. Ким.

На думку психологів , "мислення є формою творчого віддзеркалення людиною дійсності, що породжує такий результат, якого в самій дійсності або у суб'єкта на даний момент часу не існує. Відмінність мислення від решти психологічних процесів пізнання полягає в тому, що воно завжди пов'язане з активною зміною умов, в яких людина знаходиться.

Мислення завжди направлене на рішення якої-небудь задачі. Таким чином, мислення - це особливого роду розумова і практична діяльність, що припускає систему включених в неї дій і операцій перетворюючого і пізнавального характеру".

У психології виділяють різні типи мислення: наочно-дієве (що здійснюється шляхом маніпулювання об'єктом); наочно-образне (засноване на перетворенні образу предмету); словесно-логічне (має на увазі опосередковане використання понять, логічних конструкцій, мовних засобів).

Серед розумових здібностей творчої особи виділяють наступні: легкість генерування ідей, здібність до перенесення, "зчеплення", згортання, зближення понять і ін. Так журналіст відшукує причиново-наслідкові зв'язки там, де звичайна людина їх би не побачила.

У особові чинники журналістського потенціалу входять і інші здібності, і серед них можна назвати уміння спостерігати, дивуватися, знаходити в навколишньому світі цікаві подробиці і використовувати їх в своїй роботі.

Можна додати ще те, що журналіст - це яскрава особистість, життєрадісна, яка володіє об'єктивною чуттєвістю, адже навіть у сьогочасному жорсткому світі, де побутує прагматичний стиль життя журналіст не є машиною, яка "штампує" новини, це людина яка має серце, співчуття, милосердя. Також журналіст – людина, яка є громадянином своєї держави. Ці риси здавалося б не несуть в собі якогось професіонального відтінку, але, як не дивно теж мають не аби яку роль саме у професійній діяльності журналіста.

Дуже важливо, щоб людина, яка обрала для себе роботу у засобах масової інформації, на психологічному рівні відчувала себе вільною, неповторною та цільною особистістю.

Як зазначає Потапчук Л.В. журналіст не просто якийсь "літератор", що "пописував" для абстрактного "почитуючого" читача (глядача, слухача) або безпристрасний реєстратор подій, а відповідальний суб'єкт суспільних процесів. Значення всієї журналістики припускає формування у окремого журналіста неприйняття позицій "маленької людини", "стороннього спостерігача", від якого, - пиши не пиши – нічого не залежить.

Тож, творчість є необхідним компонентом у "приготуванні" професіонального журналіста. Це багатогранне явище, яке не може бути розглянутим лише з однієї точки зору. Адже творчість є ще невід'ємним ідентифікатором особистості взагалі, проявом її сутності.

У сучасних умовах динамічного розвитку професійних знань, що висувуються до особистості вимог про безперервну професійну освіту та вдосконалення, подальша розробка зазначеної проблеми набуває все більшої значущості. Її конкретне рішення багато в чому залежить від спільних зусиль педагога та психолога – як на стадії профорієнтаційної роботи в школі, так і в процесі професійного навчання.

Ці зусилля зводяться в основному до надання особистості компетентної психолого-педагогічної допомоги в її пошуку професії для себе і себе в професії. Звичайно, завдання це нелегке, зате важливе і благородне, бо його успішне рішення допоможе людині запобігти перетворенню своєї майбутньої професійної долі в дорогу без мети та орієнтирів [9].

Рекомендується розпочинати знайомство з професією журналіста під керівництвом психолога. При цьому необхідно в освітньо-виховному процесі якомога ширше використовувати активні методи та прийоми: експрес-анкети, опитувальники, психологічні тести, тренінги, соціальні ситуації, ділові та рольові ігри, диспути, творчі роботи з заданих тем (твори-мініатюри, есе), зустрічі-діалоги зі спеціалістами-практиками.

Успіх у підготовці журналістських кадрів багато в чому залежить від рівня викладання. Створення сприятливого клімату у вузівському колективі та організації діалогу багато в чому залежить від педагогічної культури викладача, його конструктивних, організаторських та комунікативних умінь, від здатності педагога рефлексувати, а отже – аналізувати свої дії, розуміти студентів, встановлювати з ними контакт, адекватно реагувати з їхньою дією.

Можна рекомендувати використовувати особливі правила прийому, що передбачають не лише наявність спеціальних особистісних якостей та психологічної схильності до діяльності, а й особистісної зрілості, певного досвіду. Хорошим показником у цьому випадку міг би стати творчий конкурс на цю спеціальність.

Велике значення має й довузівська підготовка. Запровадження підготовчих курсів з даної спеціальності допоможе абітурієнтам ознайомитися не лише з основами

журналістики, але також отримати уявлення про умови роботи журналістів, дисципліни навчального плану та рівень вимог під час навчання у вузі.

Інтерес до професії формується у процесі участі у науково-дослідній та експериментальній діяльності студентів, що зумовлює розвиток когнітивних та творчих здібностей, пізнавальних інтересів студентів.

Сприяти вдосконаленню журналістської освіти може впровадження спеціальних курсів за вузькими напрямками журналістики (ділова, екологічна, аналітична, правозахисна, фото та Інтернет-журналістика, журналістське розслідування та інші). Це дасть можливість студентам визначитися у виборі спеціалізації, яка їм найбільше підходить.

Крім цього, ми вважаємо, що набагато більше академічних годин потрібно відводити на такі дисципліни як інформатика. Грамотність та вміння працювати на комп'ютері є невід'ємною частиною роботи будь-якого журналіста.

Висновки до розділу 2

Мотивація одна з найменш вивчених проблем у сучасній науці про журналістику. Розробкою теорії мотивації протягом останніх десятиліть займалися найрізноманітніші фахівці: переважно психологи та управлінці. Саме їх тлумачення мотивації процесу праці прийнято за основу у всіх галузях де це явище так чи інакше зустрічатися. Під мотивацією психологи мають на увазі спонукання до дії, або щось що створює це спонукання. Найбільш відомі теорії пов'язують мотиви з потребами.

Особливості професійної діяльності, так чи інакше, роблять професію фахівця ЗМІ досить стресогенною. В якості стресогенних чинників можна визначити наступні: - емоційні навантаження у процесі комунікації з іншими людьми; - відповідальність перед суспільством; - ненормований графік роботи; - необхідність обробки та запам'ятовування великих обсягів інформації; - обмежені часові рамки для виконання своїх професійних обов'язків; - надмірна багатозадачність у роботі; - конкуренція у професії.

Професійна діяльність фахівця ЗМІ – об'єкт системного типу, оскільки складається з взаємопов'язаних різнопорядкових елементів, об'єднаних у кілька

структур, і має цілісність – здатність виявляти свою сутність лише через взаємодію цих елементів. ЗМІ – «четверта влада», галузь науки, бізнес, вид суспільнополітичної діяльності, система періодичних видань. Важливе місце в професійному вигоранні фахівців ЗМІ відіграє професійний стрес, пов'язаний зі специфікою професійної діяльності. Чинники, які викликають виробничий (професійний) стрес, можна досить умовно розділити на об'єктивні (які мало залежать від особистості працівника) і суб'єктивні (розвиток яких більше залежить від самої людини).

Професійна діяльність фахівця ЗМІ – об'єкт системного типу, оскільки складається з взаємопов'язаних різнопорядкових елементів, об'єднаних у кілька структур, і має цілісність – здатність виявляти свою сутність лише через взаємодію цих елементів. ЗМІ – «четверта влада», галузь науки, бізнес, вид суспільно-політичної діяльності, система періодичних видань. Важливе місце в професійному вигоранні фахівців ЗМІ відіграє професійний стрес, пов'язаний зі специфікою професійної діяльності. Чинники, які викликають виробничий (професійний) стрес, можна досить умовно розділити на об'єктивні (які мало залежать від особистості працівника) і суб'єктивні (розвиток яких більше залежить від самої людини).

На основі теоретичного дослідження можна виділити такі групи журналістів, виходячи з їхнього мотиваційного профілю.

Журналісти, для яких значущі нематеріальні мотиватори (самореалізація, визнання, інтерес, корисність, кар'єра), причому ці мотиватори зазвичай взаємопов'язані і мотивований одним настільки ж сильно мотивований і іншими, – зустрічаються серед представників різного віку, з будь-яким досвідом роботи та в ЗМІ будь-якого виду. Цих журналістів не можна назвати ідеалістами, оскільки зарплата для них така ж значуща, як і для тих, хто меншою мірою мотивований нематеріальними мотиваторами. Однак у багатьох випадках простежується взаємозв'язок між значимістю нематеріальних мотиваторів та більшою задоволеністю від роботи, а також зменшенням втоми. Отже, можна дійти

невтішного висновку у тому, що нематеріальна мотивація для журналіста – запорука хорошого самопочуття.

Журналісти старшого віку з великим досвідом роботи та низькою значимістю всіх мотиваторів, включаючи мотиватор зарплата. Це можна витлумачити як розчарування у професії, яке з великою ймовірністю чекає на тих, хто пропрацював у журналістиці тривалий час. Однак і серед старших журналістів залишається певна частина тих, для кого нематеріальні мотиватори залишаються значними. І це також допомагає журналістам менше втомлюватись і отримувати більше задоволення від роботи.

Початківці – молоді і з невеликим досвідом роботи. Їх нематеріальні мотиватори дуже значущі. У цій групі журналістів простежується поділ на ідеалістів та прагматиків. Другі меншою мірою мотивовані корисністю і менш віддані роботі, а також сильніше відчують втому. Можливо, ключова відмінність тут полягає у вихідних установках, з якими людина приходить у професію. Втім, причиною відмінностей у мотивації може стати розчарування частини новачків вже в перші роки занурення в журналістику.

Журналісти, чия робота сильно чи слабо формалізована. До перших можна віднести співробітників інформангентств, які зазвичай виробляють стандартні нотатки за короткий час, до других – співробітників журналів, де цикл підготовки матеріалу значно довший, а вимоги до збору та подачі інформації – незрівнянно вищі. Можна констатувати, що зі зменшенням формалізації роботи значимість нематеріальних мотиваторів зростає, так само як і відданість роботі та готовність займатися журналістикою в неробочий час. Формалізація дозволяє у міру зростання кваліфікації з віком та досвідом отримувати від роботи більше задоволення, менше втомлюватись та сприймати обстановку у редакції як більш комфортну.

Журналісти з пріоритетом професійної самореалізації над особистим життям, що виявляється у більшій значущості нематеріальних мотиваторів, у сильнішій прихильності до роботи та у більшій завантаженості роботою в неробочий час. Відмінності всередині цієї групи журналістів стосуються прагматичності, зі

зростанням якої відданість роботі зменшується. Примітно, що і для цієї групи журналістів характерне зменшення з віком значущості нематеріальних мотиваторів, а також поділ на сильно мотивованих нематеріальними мотиваторами, задоволених роботою і мало втомлених, а також тих, хто мотивований нематеріальними мотиваторами, щонайменше, з усіма наслідками, що звідси випливають.

Це дозволяє припускати, як змінюється мотивація журналістів з часом у міру роботи у професії. Зрозуміло, припущення припустимо із застереженнями, що стосуються як особистісних особливостей журналістів, і технологічних і соціально-політичних змін. Проте можна зробити висновок, що у професію багато хто приходить із домінуванням ідеалістичної мотивації, з бажанням через журналістику самореалізуватися, а також пізнавати та змінювати світ.

Праця професійного журналіста включає різні види діяльності, серед яких можна виділити публіцистичну, тобто вміння використовувати силу слова для відображення дійсності; редакторську, тобто здатність правити власні та чужі роботи; а також організаторську, яка може проявлятися по-різному – від уміння брати участь у редакційних летучках до здатності виконувати обов'язки головного редактора, який має бути чуйним керівником та організатором. Для співробітника творчого відділу якісного ЗМІ первинний, на наш погляд, публіцистичний вид діяльності.

Саме тому праця журналіста нелегко «виміряти» у грошових одиницях, тому кожна редакція обирає той спосіб винагороди свого творчого працівника, який вона визнає за потрібне. При цьому якщо керівництво якісного ЗМІ не може дозволити собі виплачувати велику кількість грошей професіоналу, воно змушене зосередитися на нематеріальних способах мотивації.

Складність полягає в тому, що журналісти, які працюють у якісних виданнях, як і будь-які інші співробітники в окремо взятій організації, будують своє ставлення до роботи, ґрунтуючись на сукупності різних факторів. Не завжди працівник може чітко сформулювати, що саме йому подобається чи ні, керівникові компанії зрозуміти його бажання ще важче.

РОЗДІЛ ІІІ. ЕМПЕРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ПСИХОЛОГІЧНОЇ МОТИВАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЖУРНАЛІСТІВ

3.1 Програма дослідження

Одне з питань, яке постало перед журналістською освітою в Україні – чи потрібно навчати студентів додатковим навичкам, які б допомагали їм справлятися із зовнішніми обставинами й бути більш успішними в професії. Очевидно, що змінилися не лише умови роботи журналістів, частково трансформувалася професійна сфера загалом. Відповідно, можливо, навчання теж слід адаптувати під ті завдання, які стоять перед журналістською спільнотою сьогодні й стоятимуть у найближчі роки.

Незважаючи на значний інтерес дослідників до проблеми мотивації діяльності журналістів необхідність дослідження особливостей психологічної мотивації діяльності журналістів за умов динамічного розвитку суспільно-економічних відносин все ще залишається малодослідженим.

Необхідність дослідження проблеми визначила вибір теми кваліфікаційної роботи: Аналіз психологічних аспектів мотивації діяльності журналістів.

Мета дослідження: вивчення особливостей психологічної мотивації діяльності журналістів.

Мета наукового дослідження зумовила необхідність зробити аналіз стану сучасної журналістської освіти.

Завдання емпіричного дослідження:

Підібрати та обґрунтувати методи та методики дослідження, що виявляють особливості психологічної мотивації діяльності журналістів.

На основі емпіричного дослідження виявити результати та їх інтерпретувати.

База дослідження: факультет журналістики ОНУ ім. І.І.Мечникова. У соціологічному опитуванні взяли участь 49 студентів факультету журналістики ОНУ ім. І.І.Мечникова. З них 34 дівчат, 15 юнаків. Вибірка була зроблена випадкова.

Основне завдання полягає в тому, щоб відобразити той вплив, який має мотиваційна структура людини (журналіста) на його діяльність та на її особистість.

3.2.Методи та методики дослідження

У ході дослідження використовувалася сукупність теоретичних, емпіричних та експериментальних способів. Емпіричні методи, що використовуються для діагностики та аналізу стану професійної підготовки журналістів: співбесіда, анкетування, опитування, тестування.

Експериментальні методи дослідження включали: методи статистичної обробки отриманих результатів та ін., що визначало концептуальну основу вибірки дидактичних технологій, методів, засобів та умов навчання в рамках дослідно-експериментальної роботи.

Для обробки результатів дослідження використали первинні методи обробки даних: табулювання, побудова діаграм. Як вторинні методи обробки були використані первинні описові статистики - обчислення середнього арифметичного, метод статистичного аналізу - кореляційний аналіз взаємозв'язків з використанням лінійного кореляційного коефіцієнта r-Пірсона.

Методики дослідження:

Методика «Ціннісні орієнтації» М.Рокича

Мотиваційний тест Хекхаузена

Діагностика мотиваційної структури особистості В.Е. Мільмана

Соціологічне опитування на тему: -Чи випускники факультету журналістики ОНУ ім. І.І.Мечникова працюватимуть за професією?

Методика «Ціннісні орієнтації» М.Рокича

Методика "Ціннісні орієнтації" розроблена Мілтоном Рокичем як тест особистості, спрямований на вивчення ціннісно-мотиваційної сфери людини. Система ціннісних орієнтацій визначає змістовну сторону спрямованості особистості і складає основу її відносин до навколишнього світу, до інших людей, до себе самої, основу світогляду та ядро мотивації життєвої активності, основу життєвої концепції та "філософії життя".

Мотиваційний тест Хекхаузена

Дана методика є психологічним інструментом вивчення сили і спрямованості мотивів людини, переважно двох основних аспектів - мотивації досягнення успіху і мотивація уникнення невдачі. Heinz Heckhausen - президент німецького психологічного суспільства в Мюнхені - є загально визнаним авторитетом міжнародного масштабу в наукових психологічних колах та розробником цілого напрямку в галузі вивчення поведінкових детермінантів. Традиції цього напрямку базуються на глибокому аналізі як біологічних, і соціальних передумов людської активності.

У нашій країні він відомий як автор опублікованої в 1986 монографії "Мотивація і діяльність" , що широко висвітлює історію питання і методи дослідження мотиваційної сфери.

При розробці даного тесту Хекхаузен використовував як основу тематичний апперцептивний тест Мюррея – ТАТ. Це один з найбільш глибоких особистісних тестів, стимульний матеріал якого представлений серією картин, кожна з яких містить елементи складних міжособистісних конфліктів або будь-яких життєвих колізій.

Діагностика мотиваційної структури особистості В.Е. Мільмана.

Призначення тесту. Методика дозволяє діагностувати мотиваційний (МП) та емоційний (ЕП) профілі особистості.

Типи мотиваційного профілю:

Прогресивний – характеризується помітним перевищенням рівня розвиваючих мотивів над рівнем мотивів підтримки: $(Д+ДР+ОД) - (П+К+С) \geq 5$ балів. Цей тип переважає в осіб, які досягли успіху в роботі чи навчанні. Так само характерний для особистості із соціально спрямованою позицією.

Регресивний – протилежний прогресивному та характерний перевищенням загального рівня мотивів підтримки над тими, хто розвиває мотивами. У найбільш виразному вигляді відображається у послідовному зниженні профільної лінії зліва направо. Часто зустрічається серед погано встигаючих школярів.

Імпульсивний – характеризується різкими перепадами профільної лінії з трьома вираженими піками, найчастіше за шкалами "К", "О", "ДР", але може бути і друге співвідношення. Критерій піка – кількісне значення цієї шкали на 2 або більше балів перевищує сусідні з ним; якщо це крайня шкала («П» або «ОД»), то для того, щоб вважатися піком він має перевищувати сусідню («К» або «ДР») не менше ніж на 4 бали. Найбільш характерний для школярів та студентів. Відбиває значну диференціацію та, можливо, конфронтацію різних мотиваційних факторів усередині загальної структури особистості.

Експресивний – характеризується помітними перепадами профільної лінії з наявністю двох піків: найчастіше зустрічаються поєднання піків за шкалами «К» та «ДР». У цьому типі відображається певна вибіркова диференціація мотиваційних факторів роздільно за групами підтримуючих (П, К, С) та розвиваючих (Д, ДР, ОД) мотивів. Названий так у зв'язку з тим, що виявляє певну кореляцію з експресивним типом акцентуації особистості (за Л.А.Гройсману), тобто. із прагненням суб'єкта через підвищення рівня самоствердження.

Сплющений – характеризується досить плоским, маловиразним профільним малюнком без виразних підйомів та спусків; наявність одного піку в цьому випадку не змінює сплющеного характеру профілю загалом. Відображає недостатню диференційованість мотиваційної ієрархії особистості, її бідність. Найчастіше зустрічається у школярів, особливо погано встигаючих. Помітна тенденція його зменшення із віком.

3.3. Результати емпіричного дослідження

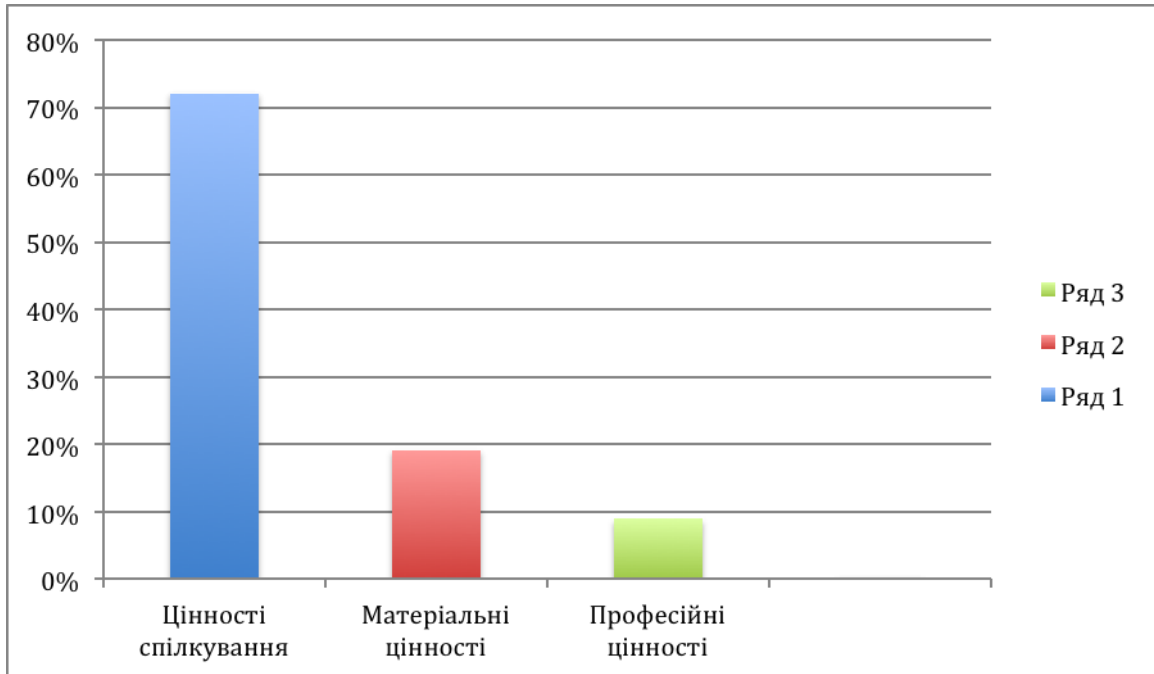
Методика «Ціннісні орієнтації» М.Рокича

Результати емпіричного дослідження за методикою «Ціннісні орієнтації» М.Рокича студентів 1 курсу :малюнок 1.

Після проведення першого етапу дослідження можна зробити наступний висновок, що за час навчання у ВНЗ з кожним роком життєво важливі цінності студентів трансформуються.

Малюнок 1.

**Ціннісні орієнтації студентів 1 курсу за методикою «Ціннісні орієнтації»
М.Рокича**



За результатами методики «Ціннісні орієнтації» М.Рокича :

Студенти 1 курсу :

Цінності спілкування - 72%

Матеріальні цінності - 19%

Професійні цінності - 9%

На 1-му курсі:

цінності спілкування виходять на перше місце у системі ранжирування

матеріальні цінності виходять на друге місце

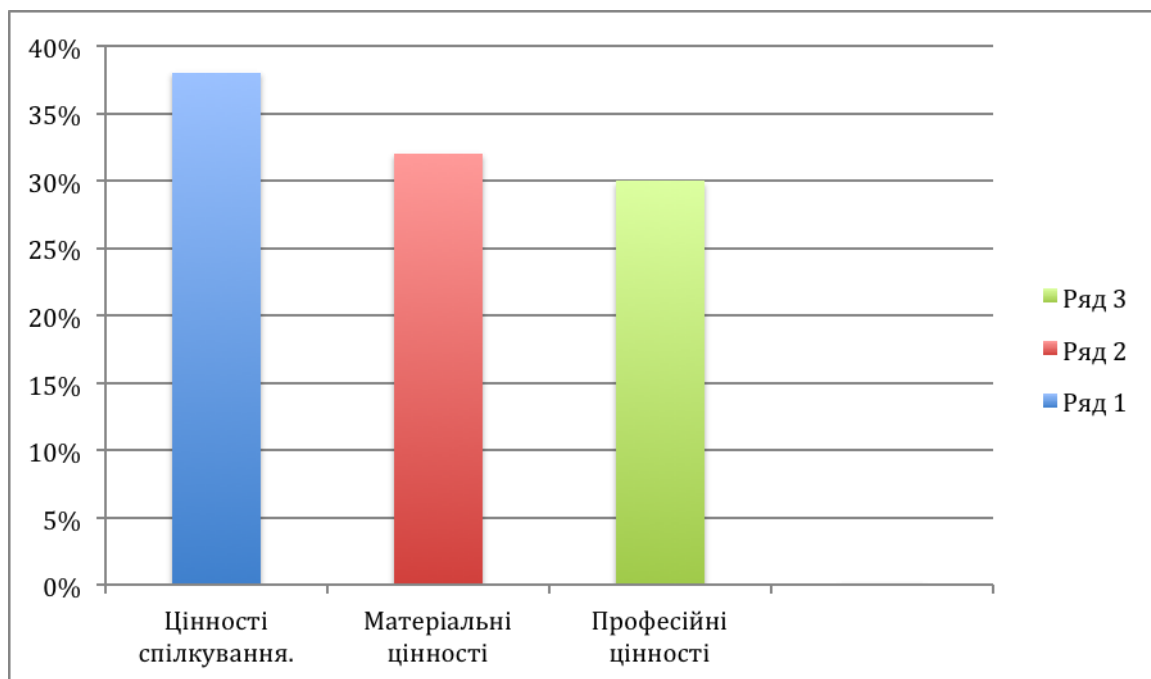
Професійні цінності виходять на третє місце

Результати емпіричного дослідження за методикою «Ціннісні орієнтації»

М.Рокича студентів 3 курсу :малюнок 2.

Малюнок 2

**Ціннісні орієнтації студентів 3 курсу за методикою «Ціннісні орієнтації»
М.Рокича**



За результатами методики «Ціннісні орієнтації» М.Рокича :
студенти 3 курсу.

На 3-му курсі цінності спілкування виходять на перше місце у системі ранжирування:

Цінності спілкування - 38%

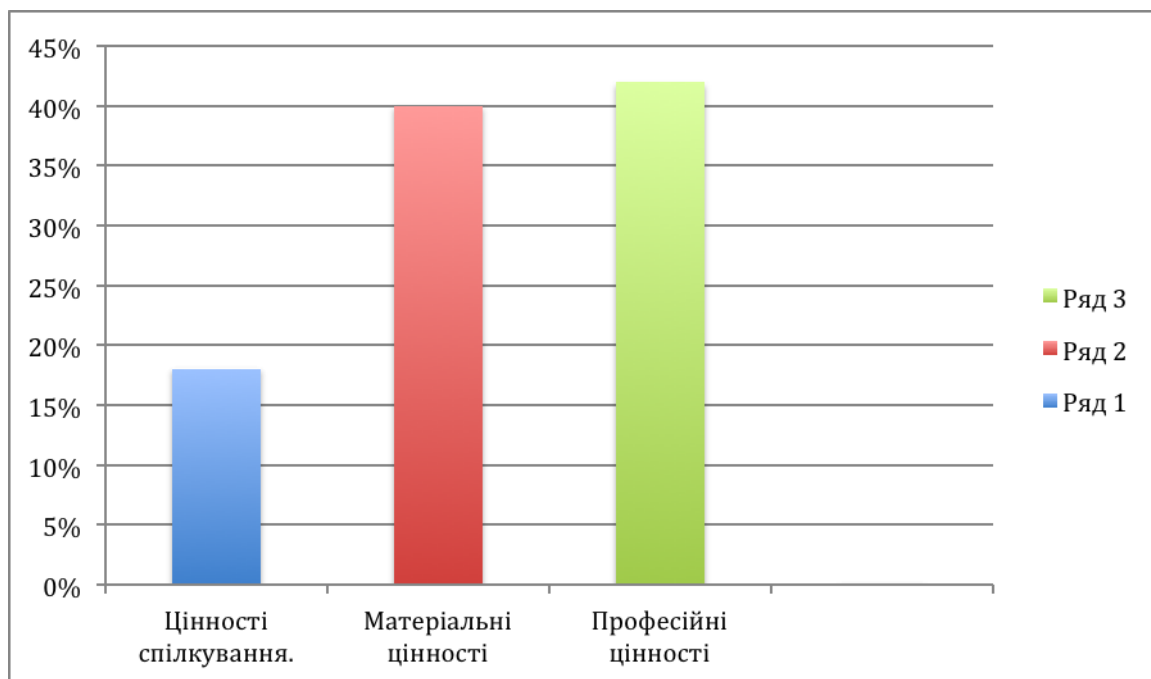
Матеріальні цінності - 32%

Професійні цінності - 30%

Результати емпіричного дослідження за методикою «Ціннісні орієнтації»
М.Рокича студентів 5 курсу :малюнок 3

Малюнок 3

**Ціннісні орієнтації студентів 5 курсу за методикою «Ціннісні орієнтації»
М.Рокича**



За результатами методики «Ціннісні орієнтації» М.Рокича :
студенти 5 курсу.

На 5-му курсі професійні цінності виходять на перше місце у системі ранжирування:

Цінності спілкування - 18 %

Матеріальні цінності - 40 %

Професійні цінності - 42 %

Таким чином:рівень цінностей спілкування, що переважає першому курсі, поступово знижується, тоді як рівень професійних цінностей зростає. На 5-му курсі професійні цінності виходять на перше місце у системі ранжирування.

Результати соціологічного опитування.

Чи працюєте ви зараз?

42 всіх опрошених відповіли отрицательно.

Якщо прослідкувати статистику по курсам, можна сказати, що кількість працюючих студентів збільшується, але незначительно (з 2 до 4 людей на кожен курс).

Вы працює по професії?

Кількість працюючих з професії також невелико (від 2 до 3 осіб на кожному курсі).

Більше всього працюючих студентів зафіксовано на четвертому курсі.

Ви вважаєте свою професію:

Найпопулярнішими відповідями на це питання були: цікавою, творчою, цікавою.

В питанні можна було вибрати кілька варіантів відповіді.

Младші курси відмітили практично всі позитивні характеристики своєї професії. Чим старший курс, тем менше відзначають студентів, які вважають свою професію цікавою та творчою. В їх анкетах частіше зустрічаються такі визначення, як рутинна, обиденна, утомительная.

Як вибирали свою професію?

41 опрошених відповідали, що вибрали професію самостійно і усвідомлено.

8 - вибрала журналістику за порадою батьків (по одному людині з кожного курсу з опрошен).

3 студентів відповіли, що поступили випадково.

Що в професії вас приваблює більше всього?

33 студента відповіли можливість общатися з цікавими людьми і творчим процесом.

Якщо серед першокурсників 10 та 11 осіб відмітили варіанти спільноти з інтересами людей та творчий процес, відповідно, на четвертому курсі ці варіанти вибрали 5 осіб.

Тенденція: із дорослим курсом зменшується кількість позитивних оцінок, даних

Що вас не приваблює у вашій професії?

48 студентам не подобається в їхній професії низька оплата праці та неможливість повністю реалізувати себе. Показники за цими двома варіантами зростають від курсу до курсу.

Можемо припустити, що більше студенти дізнаються про свою професію, тим більше негативного вони в ній знаходять.

Якщо ви знову вибрали професію, ви б вибрали ту же професію?

Кількість студентів, які знову вибрали б журналістику, стабільна, за винятком четвертого курсу. Тут показник значно нижчий (5 проти 11-12 осіб). Число тих, хто не вибрав би це професію, знову пропорційно курсу зростає. Цей факт говорить нам про розчарування студентів у своїй професії.

Якщо ви зробили вибір на користь іншої професії, то яка вона була?

Відповіді це питання дуже різноманітні. Це питання-пастка. Не можна не відзначити, що люди, які у попередньому питанні відповіли, що знову обрали б журналістику, у цьому питанні таки навели варіанти інших професій. Така ситуація свідчить про якусь незадоволеність у навчанні, у професії.

Серед названих прикладів є професії: лінгвіст, педагог, психолог, соціолог, філолог, історик, археолог, юрист, реклама, бізнесмен, економіст, менеджер, перекладач, турагент, актриса, фотограф, дизайнер, мистецтвознавець, кінорежисер, ювелір, хімік-технолог, стюардеса, флорист, індустрія моди та краси, архітектор. Були такі відповіді: краще, ніж ця, з можливість більше рухатися, вільний художник та інших.

Як ви думаєте, які якості має володіти журналіст насамперед?

Лідруючі позиції займають категорії: комунікабельність, стресостійкість.

Слід зазначити, що з дорослішанням курсу більше уваги приділяється категорії інтелекту та компетентності. Чи часто ви уявляєте себе чинним журналістом? Найчастіше обираються відповідями є «іноді» і «часто». Однак на противагу цьому збільшується кількість студентів, які взагалі не збираються працювати у журналістиці. Найбільшу таку відповідь дали на четвертому курсі.

Як довго ви хотіли б працювати журналістом?

Найпопулярнішою відповіддю на це питання є - доки не підвернеться більш престижна робота. Що свідчить про зниження престижу журналістики у власних очах студентів. Також зростає кількість студентів, які взагалі не збираються працювати за фахом.

Ваші уявлення про професію змінилися з часом?

Уявлення про професію змінилися більше, ніж у половини опитуваних.

Коли ви зрозуміли, що уявляли журналістику по-іншому?

На це питання найчастіше студенти відповідали, що їхні уявлення про журналістику змінилися після навчально-ознайомчої практики та після першої виробничої практики. У графі «інше» були такі варіанти: після того, як попрацював; після чотирьох років навчання; на якомусь курсі і т.д.

Як ви вважаєте, ринок праці в ЗМІ переповнений?

Опитувані студенти здебільшого вважають, що вакансії у ЗМІ заповнені. І, судячи з результатів опитування, з кожним роком вони все більше переконуються, що ринок праці в ЗМІ заповнений.

На вашу думку, ким заповнені робочі місця в ЗМІ?

На це питання студенти на всіх курсах практично однотайно відповіли, що робочі місця у ЗМІ зайняті людьми, які мають суміжні професії (філологи, історики тощо) та людьми, які просто добре пишуть, знімають, кажуть. Кількість студентів, які відзначили варіант -журналістами-професіоналами дуже мала (2-3 особи на курсі).

Результати соціального опитування: початкова мотивація студентів була усвідомленою, але у процесі навчання здебільшого мотиваційні установки виявилися менш міцні. Зіткнувшись із дійсністю, студенти зрозуміли, що уявляли собі обрану ними професію інакше і розчарувалися в ній. Здебільшого це сталося після першої практики. І далі студенти не бачать себе у професії, бо вважають, що всі вакансії у ЗМІ зайняті. Висновок: потік загасаючих і наростаючих мотивацій вичерпується.

Результати емпіричного дослідження за методикою Хекхаузена

Робота з цією методикою показала:

1. В експериментальній групі студентів факультету журналістики середній рівень виразності інтенсивності мотивації досягнення становить -15 балів,

середній рівень мотивації уникнення невдачі – 4 балів;

2. У контрольній групі студентів математичного факультету середній рівень виразності інтенсивності мотивації досягнення становить -11 балів, мотивації уникнення невдачі – 8 балів.

Можно зробити висновок:

- наявність потреби досягнення успіху у журналістів вище, ніж уникнення невдачі, що не характерно для математиків, у яких ми спостерігаємо більш пасивне ставлення до подолання перешкод.

- діяльність досягнення студентів-журналістів визначається надією на успіх. Дослідження з мотиваційного тесту Хекхаузена підтверджує : мотиваційний аспект є однією з причин успіху чи невдачі у житті особистості. Слід зазначити, що наявність перешкод є характерною для обох груп, але студенти-журналісти в більшості випадків описують засоби подолання цих перешкод.

Високі середні бали мотивації досягнення (14 балів) в експериментальній групі характерні для особистостей гіпертимного складу, збудливих, схильних до лідирування, авторитарних, незалежних, завзятих у досягненні мети, схильних до ризику, агресивних та конфліктних у міжособистісних контактах, з високою самооцінкою.

3.5. Результати дослідження (Діагностика мотиваційної структури особистості (В.Е. Мільман))

Методика дозволяє виявляти деякі стійкі тенденції особистості: загальну та творчу активність, прагнення до спілкування, забезпечення комфорту та соціального статусу та ін. На основі всіх відповідей можна скласти судження про робочу (ділову) та загальножиттєву спрямованість особистості .

Надали студентам обох груп 14 тверджень щодо життєвих прагнень та деяких сторін способу життя. Попросили учасників нашого дослідження висловити ставлення до них по кожному з 8 варіантів відповідей (а,б,в,г,д,е,ж,з),

простовивши у відповідних клітинах бланка відповідей (одну з наступних оцінок кожного твердження: «+» – згоден із цим, «=» – коли як, «-» – ні, не згоден, «?» – не знаю. Піддослідних попросили відповідати на запитання швидко, не замислюючись довго над відповідями та послідовно, від 1а до 14з. Студенти були обмежені в часі: на всю роботу мало піти не більше 20 хвилин.

Відповіді випробуваного перевели в бали: "+" - 2 бали, "=" - 1 бал, "-" або "?" - 0 балів. Бали підсумовували за такими шкалами:

- життєзабезпечення (Ж),
- комфорт (К),
- соціальний статус(С),
- спілкування (О),
- загальна активність (Д),
- творча активність (ДР),
- соціальна корисність (ОД).

Суми балів за цими шкалами характеризує «робочу» спрямованість особи.

Використовуючи методика В. Е. Мільмана, провели діагностику мотиваційної структури особистості журналістів та математиків. Очевидно, що середні показники серед студентів експериментальної групи свідчать про робочу спрямованість особи.

За результатами дослідження у студентів-журналістів більш виражений «робочий» мотиваційний профіль особистості та для них загальна активність, соціальна корисність та творчість – набагато важливіше, ніж комфорт та життєзабезпечення, що й підтверджує третю гіпотезу нашого дослідження. Можна наголосити, що такий компонент загальножиттєвої спрямованості

особистості як спілкування також є вагомим мотивом професійної діяльності журналістів.

Не дуже високі середні показники за шкалами Д, ДР та ОД серед студентів контрольної групи. Це свідчить про вираженому загальножиттєвому мотиваційному профілі особистості. Пріоритетними мотивами у професійній діяльності студентів-математиків є життєзабезпечення та комфорт.

Однією з вимог, які висуваються до журналіста як до фахівця, є спрямованість на лідерство. Тому третина дослідження була спрямована на виявлення рівня сформованості мотивації досягнення. Мотивація досягнення – прагнення до покращення результатів, незадоволеність досягнутим, наполегливість у досягненні своїх цілей, прагнення досягти свого, будь-що-будь – є однією з головних властивостей особистості, що впливають на все людське життя. Численні дослідження показали тісний зв'язок між рівнем мотивації досягнення та успіхом у життєдіяльності.

Порівняльний аналіз рівня мотивації досягнення показав, що до 3 курсу рівень мотивації трохи падає, але вже до п'ятого курсу зростає і досягає найвищого рівня.

Висновки до розділу 3

Підсумовуючи вищесказане, можна зробити висновок, що розвиток професійної мотивації безпосередньо пов'язаний з використанням ефективних методів та технологій організації навчально-виховного процесу, активних форм навчання, з урахуванням індивідуально-диференційованого та особистісно-орієнтованого підходу.

Отже, в результаті проведеного нами дослідження було виявлено, що рівень сформованості професійної мотивації у ВНЗ перебуває на середньому рівні. Завдання формування професійної мотивації студентів є актуальним на всіх етапах професійної підготовки спеціалістів.

Вивчення формування професійної мотивації у майбутніх журналістів показало, що формування сталої мотивації до професії залежить від:

1. організації профорієнтаційної роботи з майбутніми абітурієнтами починаючи зі старших класів загальноосвітньої школи;
2. особистісної зрілості студентів;
3. достатньої поінформованості про зміст та суспільну значущість професії;
4. наявності психологічної схильності до роботи;
5. сформованості стійких професійних інтересів та цін-орієнтацій студентів;
6. організації освітньо-виховного процесу у вузі.

Динаміка розвитку мотивації у процесі навчання зумовлюється активізацією включення студентів до різноманітних форм освітньої діяльності. Зростання професійного інтересу інтенсивніше починається з третього курсу та пов'язане з вивченням предметів за фахом, активізацією дослідницької діяльності студентів, проходженням виробничої практики.

Формування сталого інтересу до професії майбутніх журналістів у процесі вузівської підготовки залежить від ефективності методологічного забезпечення освітньо-виховного процесу, що використовується, і буде успішнішим за умови, якщо професійне виховання та розвиток майбутніх фахівців стане пріоритетним завданням в організації вузівської системи підготовки, яка повинна базуватися на принципах: творчого саморозвитку особистості, принципах самопізнання, принцип пріоритету практики, принцип співтворчості, принцип гуманізму.

Використання активних форм пошукового та проблемного навчання у системі підготовки фахівців сприятиме розвитку креативного мислення, активізації пізнавальної діяльності.

Одним з основних засобів, що формують професійну спрямованість майбутнього фахівця, є виробнича практика, що сприяє розширенню та поглибленню знань студента про зміст та особливості журналістської діяльності, що забезпечує можливість апробування набутих знань та умінь, зіставлення внутрішніх можливостей.

Результати дослідження проблем формування професійної мотивації майбутніх журналістів та динаміки її розвитку в процесі навчання студентів у вузі

показали, що наявність мотивації прискорює процес професійного становлення та особистісного розвитку майбутнього фахівця та є запорукою розвитку його професійної майстерності.

Аналіз і теоретичне обґрунтування психологічних особливостей сучасного освітнього процесу підготовки майбутніх журналістів дозволяє в основу проектування його технології включити наступні концептуальні положення: необхідність формування потреб, мотивів, інтересів у ході навчальної діяльності; розвиток і підтримка емоційної зацікавленості на заняттях; врахування індивідуальних та особистісних характеристик студентів. Перераховані психологічні передумови є, по суті, основою, спираючись на яку викладач може з самого початку створити у студента-журналіста правильні установки, орієнтуючи його на обрану професію, полегшити йому перехід на новий щабель системи освіти, занурити його в реальне іншомовне середовище.

ВИСНОВОК

Професійна діяльність фахівця ЗМІ – об'єкт системного типу, оскільки складається з взаємопов'язаних різнопорядкових елементів, об'єднаних у кілька структур, і має цілісність – здатність виявляти свою сутність лише через взаємодію цих елементів. ЗМІ – «четверта влада», галузь науки, бізнес, вид суспільнополітичної діяльності, система періодичних видань. Важливе місце в професійному вигоранні фахівців ЗМІ відіграє професійний стрес, пов'язаний зі специфікою професійної діяльності. Чинники, які викликають виробничий (професійний) стрес, можна досить умовно розділити на об'єктивні (які мало залежать від особистості працівника) і суб'єктивні (розвиток яких більше залежить від самої людини).

ЗМІ надають різні можливості для творчості та самореалізації в масовій комунікації та в у зв'язку з цим різний вплив на особистість комунікатора. Розуміння своїх завдань журналістами, працюючими лише у традиційних ЗМІ, і тими, хто створює власні (Особисті) ЗМІ, відрізняється. Створення та просування власного блогу надає більший вплив на установки і цінності журналістів, ніж робота у професійних медіа. Між активними блогерами та тими, хто не веде блоги, виявлено більше достовірних відмінностей, ніж між професійними та непрофесійними журналістами.

Мотивація – це один із термінів, якими оперує сучасна психологічна наука. У зв'язку з безліччю видів мотивації, і навіть сфер, у яких цей термін може застосовуватися, є і багато визначень, які можна дати цьому поняттю. Загалом мотивацію можна визначити як спонування, що викликають активність організму та визначають її спрямованість. Мотивація створюється мотивами та стимулами. У цьому мотиви виступають як головна, сенсообразуюча причина

тієї чи іншої поведінки, зазвичай, усвідомлювана людиною, тоді як стимул – це супутній спонукальний чинник, позбавлений смислообразуючої функції.

Серед безлічі видів мотивації у професійній діяльності найбільш значущими залишаються матеріальна та нематеріальна мотивація, що спонукають людину до трудової діяльності. Відповідно до цих видів мотивації з'явилися матеріальні та нематеріальні способи мотивації.

До матеріальних способів мотивації персоналу відносяться, насамперед, різні грошові заохочення, наприклад, підвищення заробітної плати, виплата гонорарів та премій, а також інші матеріальні заохочення, наприклад у вигляді корпоративних подарунків тощо. Що стосується нематеріальних способів, сюди можна віднести бажання людей працювати у шановній фірмі, обіймати високу посаду, мати авторитет серед інших співробітників та багато іншого.

Роль засобів масової інформації в сучасному світі дуже висока. Однак саме сьогодні журналістика зазнає глибокої кризи. Кризові явища в цій сфері мають різні витoki. І низький рівень мотивації діяльності журналістів є однією з найбільш суттєвих причин у зв'язку з цим особливу роль відіграє вивчення психологічних аспектів мотиваційної діяльності журналістів.

Найважливішим мотиватором для співробітників якісних ЗМІ є нематеріальний фактор – самореалізація у роботі. Саме самореалізація є найважливішим спонукальним чинником під час працевлаштування. Це, очевидно, багато в чому пов'язане з авторитетністю якісних мас-медіа. Проте щодо журналістів та редакторів якісних ЗМІ до своєї роботи є амбівалентність. Незважаючи на те, що журналіста відзначають пріоритетність нематеріальних факторів мотивації, саме зміни, пов'язані з розміром та стабільністю виплати заробітної плати, можуть змусити журналіста змінити місце роботи.

Праця працівників творчої редакції забирає чимало сил. Журналісти оцінюють свою завантаженість як сильну та дуже сильну; відчувають стрес щотижня, або кілька разів на тиждень. Кількість стресів безпосередньо пов'язана з високим навантаженням при роботі журналіста і втому від напруги.

Керівникам у якісних ЗМІ, очевидно, слід задуматися про організаційні моменти: загалом журналісти оцінюють організацію робочого процесу на поточному місці роботи лише трохи вище за середній. Працівників творчих редакцій якісних ЗМІ не влаштовує погано налагоджений процес роботи редакції, відсутність комунікації між її різними відділами, неясність вимог до працівників.

На основі теоретичного дослідження можна виділити такі групи журналістів, виходячи з їхнього мотиваційного профілю.

Журналісти, для яких значущі нематеріальні мотиватори (самореалізація, визнання, інтерес, корисність, кар'єра), причому ці мотиватори зазвичай взаємопов'язані і мотивований одним настільки ж сильно мотивований і іншими, – зустрічаються серед представників різного віку, з будь-яким досвідом роботи та в ЗМІ будь-якого виду. Цих журналістів не можна назвати ідеалістами, оскільки зарплата для них така ж значуща, як і для тих, хто меншою мірою мотивований нематеріальними мотиваторами. Однак у багатьох випадках простежується взаємозв'язок між значимістю нематеріальних мотиваторів та більшою задоволеністю від роботи, а також зменшенням втоми. Отже, можна дійти невтішного висновку у тому, що нематеріальна мотивація для журналіста – запорука хорошого самопочуття.

Журналісти старшого віку з великим досвідом роботи та низькою значимістю всіх мотиваторів, включаючи мотиватор зарплата. Це можна витлумачити як розчарування у професії, яке з великою ймовірністю чекає на тих, хто пропрацював у журналістиці тривалий час. Однак і серед старших журналістів залишається певна частина тих, для кого нематеріальні мотиватори залишаються значними. І це також допомагає журналістам менше втомлюватись і отримувати більше задоволення від роботи.

Початківці – молоді і з невеликим досвідом роботи. Їх нематеріальні мотиватори дуже значущі. У цій групі журналістів простежується поділ на ідеалістів та прагматиків. Другі меншою мірою мотивовані корисністю і менш віддані роботі, а також сильніше відчувають втому. Можливо, ключова відмінність тут полягає у вихідних установках, з якими людина приходить у професію. Втім, причиною

відмінностей у мотивації може стати розчарування частини новачків вже в перші роки занурення в журналістику.

Журналісти, чия робота сильно чи слабо формалізована. До перших можна віднести співробітників інформгентств, які зазвичай виробляють стандартні нотатки за короткий час, до других – співробітників журналів, де цикл підготовки матеріалу значно довший, а вимоги до збору та подачі інформації – незрівнянно вищі. Можна констатувати, що зі зменшенням формалізації роботи значимість нематеріальних мотиваторів зростає, так само як і відданість роботі та готовність займатися журналістикою в неробочий час. Формалізація дозволяє у міру зростання кваліфікації з віком та досвідом отримувати від роботи більше задоволення, менше втомлюватися та сприймати обстановку у редакції як більш комфортну.

Журналісти з пріоритетом професійної самореалізації над особистим життям, що виявляється у більшій значущості нематеріальних мотиваторів, у сильнішій прихильності до роботи та у більшій завантаженості роботою в неробочий час. Відмінності всередині цієї групи журналістів стосуються прагматичності, зі зростанням якої відданість роботі зменшується. Примітно, що і для цієї групи журналістів характерне зменшення з віком значущості нематеріальних мотиваторів, а також поділ на сильно мотивованих нематеріальними мотиваторами, задоволених роботою і мало втомлених, а також тих, хто мотивований нематеріальними мотиваторами, щонайменше, з усіма наслідками, що звідси випливають.

Це дозволяє припускати, як змінюється мотивація журналістів з часом у міру роботи у професії. Зрозуміло, припущення припустимо із застереженнями, що стосуються як особистісних особливостей журналістів, і технологічних і соціально-політичних змін. Проте можна зробити висновок, що у професію багато хто приходить із домінуванням ідеалістичної мотивації, з бажанням через журналістику самореалізуватися, а також пізнавати та змінювати світ.

Таким чином, працю журналістів та редакторів українських якісних ЗМІ, очевидно, можна охарактеризувати як складну творчу діяльність, схожу на роботу

представників інших творчих професій. Для успішного управління діяльністю колективу якісного ЗМІ керівникам, очевидно, необхідно брати до уваги складне поєднання матеріальних та нематеріальних факторів мотивації, а також високий рівень завантаженості журналістів та редакторів та стресогенності їхньої роботи.

За результатами соціального опитування зроблені висновки: початкова мотивація студентів була усвідомленою, але у процесі навчання здебільшого мотиваційні установки виявилися менш міцні. Зіткнувшись із дійсністю, студенти зрозуміли, що уявляли собі обрану ними професію інакше і розчарувалися в ній. Здебільшого це сталося після першої практики. І далі студенти не бачать себе у професії, бо вважають, що всі вакансії у ЗМІ зайняті. Висновок: потік загасаючих і наростаючих мотивацій вичерпується. Важно пом'ятати - події людини залежать як від мотиваційних тенденцій, а й від вольових процесів, тобто, якщо людина виявить бажання і докладе вольові зусилля, він неодмінно досягне своєї мети.

За допомогою методик : мотиваційний тест Хекхаузена та діагностика мотиваційної структури особистості (В.Е.Мільман) було проаналізовано психологічну мотивацію діяльності журналістів та математиків та проведено порівняльний аналіз психологічної мотивації діяльності серед цих двох груп.

Вибір професії залежить від типу особистості. За результатами дослідження, які підтверджують першу гіпотезу, можна сказати, що досить високі оцінки за шкалою екстраверсії-інтроверсії у студентів-журналістів відповідають екстравертованому типу особистості.

Мотиваційний аспект є однією з причин успіху чи невдачі у житті особистості. Як виявилось, діяльність досягнення у студентів-журналістів визначається надією на успіх більшою мірою, ніж у математиків. Загальножиттєвська спрямованість особистості журналіста – це творчість, активність та прагнення спілкування.

В умовах війни перед тими, хто навчає майбутніх журналістів, стоять не менші виклики, ніж перед самими медійниками. Нові реалії вимагають навчання студентів новим навичкам, однією з яких може бути резильєнтність, тобто здатність відновлюватися після негараздів, потрясінь, психологічних травм, а

подекуди навіть посилювати себе після цих подій. Досягти цього можливо завдяки роботі над чотирма компонентами резильєнтності – соціальними зв'язками, фізичним здоров'ям, осмисленістю (наявністю мети) й здоровим мисленням.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Антоненко І.Ю. Журналістський текст: психологічні закономірності індивідуального стилю. Держава та регіони. Серія «Соціальні комунікації». 2015. № 3. С. 92–96.
2. Бахвалова А.В. Огляд складових структури успішності професійної діяльності журналістів. Проблеми розвитку особистості в сучасній науці: результати та перспективи дослідження (PPMSRPR) : матеріали XXIII Міжнародної конференції молодих науковців, м. Київ, 22–23 квітня 2021 р. Київ : Видавництво Ліра-К, 2021. С. 12–16.
3. Бахвалова А.В. Особливості індивідуально-психологічних властивостей інтегральної індивідуальності журналістів. Габітус. 2021. Вип. 24. Том 2. С. 14–19.
4. Бочковський О., Сірополко С. Українська журналістика на тлі доби (історія, демократичний досвід, нові завдання). Мюнхен, 2013. 195 с.
5. Вайшенберг З. Новина журналістика: навч. посіб./Зігфريد Вайшенберг. – К.: АУП, 2004. – 262 с.
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел. – К. ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2004. – 1440 с.
7. Владимиров В. М. Журналістика, особа, суспільство: проблема розуміння: монографія/В. М. Владимиров. – К.: Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2003.– 220 с.
8. Владимиров В. Хаос – розуміння – масова комунікація / В. Владимиров. – К.: КиМУ, 2006. – 366 с.
9. Гарасимів Т.З. Особистість та проблеми її адаптації / Т.З. Гарасимів // Форум права. – 2017. – №3. – С.156-161

10. Гетьманець М. Ф. Сучасний словник літератури і журналістики/Гетьманець М. Ф., Михайлин І. Л. – Х.: Прапор, 2009. – 384 с.
11. Гід журналіста: Збірка навчальних матеріалів, складена за французькою методикою вдосконалення працівників ЗМІ/Адаптація та упорядкування – Алла Лазарєва. – К., 2019. – 96 с.
12. Григораш Д. С. Журналістика у термінах і виразах/Д. С. Григораш. – Львів: Вища школа, 2014. – 295 с.
13. Гончаренко С. Український педагогічний словник. – Київ: Либідь, 2017. – 376 с.
14. Дуткевич Т. В., Яцюк В. А, Вікова і педагогічна психологія (курс лекцій та практикум): Навч. посібник. - Кам'янець-Подільський, 2005, -С. 45-47.
15. Дябел Л.І. Соціалізація студентів-першокурсників в умовах педагогічного університету: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / Дябел Лариса Іванівна. – Київ, 2008. – 244 с.
16. Жарікова А.С. Співвідношення змінних ініціативності з показниками креативності у старшому шкільному та студентському віці // Вісник Російського університету дружби народів. - Серія: Психологія та педагогіка. 2009. – №2. – С. 32-37.
17. Завацька Н.Є. Особливості диференціації соціальної підтримки та соціальної інтеграції за рівнем соціальної дезадаптації особистості / Н.Є.Завацька, К.А.Гончарова // Теоретичні і прикладні проблеми психол.: Зб. наук. праць СНУ ім.В.Даля. – Луганськ, СНУ ім. В.Даля, 2013. – No2 (31). – С. 116-126
18. Вальтер Фон Ла Рош. Вступ до практичної журналістики. Київ: Академія Української преси, 2005. –348 с
19. В об'єктиві часу [текст]: Київські журналісти про колег, свою професію, творчі будні редакційних колективів, спілчанське життя / голов. ред. і упоряд. В. Г. Проненко. – К.: ЕксОб, 2009. – 512 с.

20. Етика ділових відносин : навч. посібник / [Лесько О. Й., Прищак М. Д., Залюбівська О. Б., Рузакова Г. Г.]. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 320 с.
21. Загальна психологія: [підруч.] / О.В. Скрипченко, Л.В. Долинська, З.В. Огороднійчук та ін. – К. : Либідь, 2005. – 464 с
22. Занюк С. Психологія мотивації: Навч. посібник. – Київ: Либідь, 2002. – 304 с.
23. Захарченко А. Інтернет-медіа: інтерактивний навчальний посібник для курсу «Підтримка сайту» для студентів відділення «Видавнича справа та редагування». - Тернопіль, «Крок». - 2014. - 198 с
24. Здоровега В. Й. Вступ до журналістики: конспект лекцій / В. Й. Здоровега. – Львів: Вища школа, 1975. – 111 с.
25. Здоровега В. Й. Теорія і методика журналістської творчості: підручник/Володимир Здоровега; 2-е вид., перероб. і допов. – Львів: ПАІС, 2004. – 268 с.
26. Іванов В. Ф. Журналістська етика: підручник/Валерій Іванов, Володимир Сердюк. – К.: Вища школа, 2006. – 231 с.
27. Камбур А.В. Соціальна адаптація особистості в суспільстві переходного типу: зміна ціннісних пріоритетів: дис... канд. соціол. наук: 22.00.04 / Камбур Андрій Васильович / Гуманітарний ун-т "Запорізький ін-т держ. та муніципального управління". – Запоріжжя, 2017. – 203 с.
28. Кастельс М. Інтернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу та суспільства/Мануель Кастельс. – К.: Ваклер, 2007. – 290 с.
29. Кваша О. С. Світові моделі мотивації праці на підприємствах: уроки для України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Випуск 1. С. 88–89.
30. Кириченко В. В. Психологія інформаційної діяльності : Навчальний посібник / В. В. Кириченко – 2-ге вид. вип. і доп. – Житомир : Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2015. – 146 с.
31. Когут І. Аналіз факторів мотивації, які впливають на команди в інноваційних проєктах під час кризи та війни. Економіка та суспільство.

2022. № 40. Електронний ресурс.

URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1456>.

32. Кодекс етики - Комісія з журналістської етики <https://cje.org.ua> > ethics-codex
33. Колот А. М., Цимбалюк С. О. Мотивація персоналу : підручник. Київ : КНЕУ, 2011. 397 с.
34. Корінь Д. Що варто знати журналісту, який працює в екстремальних умовах // <http://imi.org.ua/analytics/4195-0-scho-var-to-znati-jurnalistuyakiy-pratsyue-v-ekstremalnihumovah.html>
35. Кость С. Журналістика і війна: навч. посібник. – Львів: ЛНУ ім. Івана Франка, 2016. – 414с.
36. Кравцов Ф. П. Українська Інтернет культура : соціальні мережі / Ф. П. Кравцов. – К. : Либідь, 2008. – 321 с.
37. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації: посібник /О. Д. Кузнецова; 2-е вид., перероб і доп. – Львів: ПАІС, 2005. – 200 с.
38. Лаврик О. В. Основи журналістики: навчально-методичний посібник для студентів зі спеціальності «Журналістика»/О. В. Лаврик. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2008. – 73 с. 37.
39. Лизанчук В. В. Основи радіожурналістики: підручник /В. В. Лизанчук. – К.: Знання, 2006. – 628
40. Лизанчук В. Психологія мас-медіа : підручник / Василь Лизанчук. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2015. – 420 с.
41. Лубкович І. М. Соціологія і журналістика: підруч./І. М. Лубкович. – Львів: ПАІС, 2005. – 176 с.
42. Мітлош А.В. Індивідуально-психологічні відмінності журналістів різних жанрів професійної діяльності. Актуальні проблеми психології : збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України. Київ : Видавництво «Фенікс», 2012. Т. XII. Психологія творчості. Вип. 15. Ч. II. С. 218–225.

43. Михайлин І. Л. Журналістика як всевіт: вибрані медіадослідження/І. Л. Михайлин. – Х.: Прапор, 2008. – 512 с.
44. Михайлин І. Л. Журналістська освіта і наука: підручник /І. Л. Михайлин. – Суми: Університетська книга, 2009. – 336 с.
45. Михайлин І. Основи журналістики: Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. / І.Л. Михайлин. К.: Центр учбової літератури, 2011. С.367-384.
46. Михайлин І. Л. Науково-дослідна робота студента з журналістики: методичні матеріали для студентів із спеціальності «Журналістика»/І. Л. Михайлин. – 2-е вид., випр. і допов. – Х.: Харківське історико-філологічне товариство, 2010. – 92 с.
47. Москаленко А. З. Теорія журналістики: підручник /А. З. Москаленко. – К.: Експрес-об'ява, 1998. – 334 с.
48. Москаленко В. Обдарованість і діяльність // Практична психологія та соціальна робота. – 2005. – №10. – с. 76-77.
49. Носарєв М. Операція мотивація: як оформити опції для співробітника. Mind.ua. 2021. URL: <https://mind.ua/openmind/20232728-operaciya-motivaciya-yak-oformiti-opciony-dlya-spivrobitnika>.
50. Петрик О.В. Довіра як прояв соціального інтелекту у професійній діяльності журналістів. Наукові записки національного університету «Острозька академія». Серія «Психологія». № 5. 2017. С. 120–128.
51. Пітерс Д. Д. Слова на вітрі: історія ідеї комунікації/Джон Дарем Пітерс; пер. з англ. А. Іщенко. – К.: ВД КМ Академія, 2004. – 302 с.
52. Посібник з безпеки для журналістів. Посібник для репортерів у 3. небезпечних зонах. К.: НСЖУ, 2022. 151 с. URL : <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000381168>
53. Потапчук Л.В. Психологічний аналіз ціннісних якостей особистості майбутніх журналістів. Актуальні проблеми психології. Том 10. 2013. № 23. С. 518–527.
54. Потятиник Б. В. Інтернет-журналістика: навч. посіб./Борис Потятиник. – Львів: ПАІС, 2010. – 246 с.

- 55.Потятиник Б. В. Медіа: ключі до розуміння/Борис Потятиник. – Львів: ПАІС, 2004. – 312 с.
- 56.Приступенко Т. О. Правові засади функціонування сучасних засобів масової комунікації України/Т. О. Приступенко. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2010. – 250 с.
- 57.Різун В. В. Теорія масової комунікації: підручник/В. В. Різун. – К.: Просвіта, 2008. – 260 с.
- 58.Романець В.Психологія творчості.Навчальний посібник.– К.:Либідь,2007. – 256 с. [11]
- 59.Рудик М. Журналіст-блогер на сучасному інформаційному ринку: секрети майстерності. Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика». 2017, Вип. 42. С. 267–272.
- 60.Теорія і методика журналістської творчості [Текст] : підручник / В. Й. Здоровега ; Міністерство освіти і науки України, Львівський національний університет імені Івана Франка. - 3-тє вид. - Львів : ПАІС, 2008. - 271 с.
- 61.Терешков Д. А. Оплата труда в системе мотивации. Вестник ТГАСУ. 2005. № 2. С. 35–42.
- 62.Тимошик, М. . Витруювання національного в журналістиці триває. Український інформаційний простір, 2,2018. С. 250–253.
- 63.Тимошик М. Як звільнити журналістську освіту з пут теорій масової комунікації: до проблеми викладання фахових дисциплін на факультетах журналістики українських університетів. Український інформаційний простір, 2021(7), 31–68 [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.2338](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.2338)
- 64.Халлер М. Пошук і збір інформації: навч. посібник/Міхаель Халлер. – К.: АУП, 2006. – 308 с.
- 65.Шаповал Ю. Г. Феномен журналістики: проблеми теорії / Ю. Г. Шаповал. – Рівне: Роса, 2005. – 248 с.
- 66.Що мотивує працювати більше: результати дослідження. Grc.ua. 2020. URL: <https://grc.ua/article/27124>.

- 67.Цигульська Т. Ф. Загальна та прикладна психологія : навч. посібник/
Цигульська Т. Ф. – Київ : Наукова думка, 2007. – 192 с.
- 68.Цимбалюк І. М. Психологія спілкування : навчальний посібник /Цимбалюк
І. М. – К. : ВД ”Професіонал”, 2004. – 304 с.
- 69..Цьогоріч в МВС нарахували майже 150 випадків перешкоджання
діяльності журналістів. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubricsociety/3100321-cogoric-v-mvs-narahuvali-majze-150-vipadkiv-pereskozanna-dialnosti-zurnalistiv.html>. (дата звернення 27.10.2020)
- 70.Яковець А. В. Телевізійна журналістика: теорія і практика : посібник / А. В.
Яковець. – [2-ге вид., доповн. і переробл.]. – К. : Вид. дім “Києво-
Могилянська академія”, 2009. – С. 117.
- 71.Ясперс К. Психологія світоглядів / Карл Ясперс ; [з нім. пер. О. Кислюк, Р.
Осадчук]. – К. : Юніверс, 2009. – 464 с.

ДОДАТКИ

Методика "Ціннісні орієнтації" М.Рокича

Методика "Ціннісні орієнтації" розроблена Мілтоном Рокичем як тест особистості, спрямований на вивчення ціннісно-мотиваційної сфери людини. Система ціннісних орієнтацій визначає змістовну

сторону спрямованості особистості і складає основу її відносин до навколишнього світу, до інших людей, до себе самої, основу світогляду і ядро мотивації життєвої активності, основу життєвої концепції і "філософії життя".

Методика

Обстеження краще проводити індивідуально, але можливо і групове тестування.

Респонденту пред'явлені два списки цінностей (по 18 у кожному), або на аркушах паперу в алфавітному порядку, або на картках. У списках випробуваний присвоює кожній цінності ранговий номер, а картки розкладає по порядку значущості. Остання форма подачі матеріалу дає більш надійні результати.

Спочатку пред'являється набір термінальних, а потім набір інструментальних цінностей.

Інструкція до тесту

"Зараз Вам буде пред'явлений набір з 18 карток з позначенням цінностей. Ваше завдання - розкласти їх по порядку значимості для Вас як принципів, якими Ви керуєтеся у Вашому житті.

Уважно вивчіть таблицю і, вибравши ту цінність, яка для Вас найбільш значима, помістіть її на перше місце. Потім виберіть другу за значимістю цінність і помістіть її слідом за першою. Потім виконайте те ж з усіма рештою цінностями. Найменш важлива залишиться останньою і займе 18 місце.

Розробіть не поспішаючи, вдумливо. Кінцевий результат повинен відбивати Вашу справжню позицію".

Тестовий матеріал

Список А (термінальні цінності):

1. активна діяльна життя (повнота та емоційна насиченість життя);
2. життєва мудрість (зрілість суджень і здоровий глузд, що досягаються життєвим досвідом);
3. здоров'я (фізичне і психічне);
4. цікава робота;
5. краса природи і мистецтва (переживання прекрасного в природі і в мистецтві);
6. любов (духовна і фізична близькість з коханою людиною);
7. матеріально забезпечене життя (відсутність матеріальних труднощів);
8. наявність хороших і вірних друзів;
9. суспільне покликання (повага оточуючих, колективу, товаришів по роботі);
10. пізнання (можливість розширення своєї освіти, кругозору, загальної культури, інтелектуальне розвиток);
11. продуктивна життя (максимально повне використання своїх можливостей, сил і здібностей);
12. розвиток (робота над собою, постійне фізичне і духовне вдосконалення);
13. розваги (приємне, необтяжливе проведення часу, відсутність обов'язків)
14. свобода (самостійність, незалежність у судженнях і вчинках)
15. щасливе сімейне життя

16. щастя інших (добробут, розвиток і вдосконалення інших людей, всього народу, людства в цілому)
 17. творчість (можливість творчої діяльності)
- впевненість у собі (внутрішня гармонія, свобода від внутрішніх протиріч; сумнівів).

Список Б (інструментальні цінності):

1. акуратність (охайність), вміння тримати в порядку речі, порядок у справах;
2. вихованість (гарні манери);
3. високі запити (високі вимоги до життя і високі домагання);
4. життєрадісність (почуття гумору);
5. старанність (дисциплінованість);
6. незалежність (здатність діяти самостійно, рішуче);
7. непримиренність до недоліків у собі та інших;
8. освіченість (широта знань, висока загальна культура);
9. відповідальність (почуття боргу, вміння тримати своє слово);
10. раціоналізм (вміння тверезо і логічно мислити, приймати обдумані, раціональні рішення);
11. самоконтроль (стриманість, самодисципліна);
12. сміливість у отстаюваннях своєї думки, поглядів;
13. тверда воля (вміння настояти на своєму, не відступати перед труднощами)
14. терпимість (до поглядів і думок інших, вміння прощати іншим їхні помилки та омани)
15. широта поглядів (вміння зрозуміти чужу точку зору, поважати інші смаки, звичаї, звички)
16. чесність (правдивість, щирість)
17. ефективність у справах (працьовитість, продуктивність у роботі)
18. чуйність (дбайливість)

Інтерпретація результатів тесту

Аналізуючи ієрархію цінностей, слід звернути увагу на їх угруповання випробуваним у змістовні блоки по різних підставах. Так, наприклад, виділяються "конкретні" і "абстрактні" цінності, цінності професійної самореалізації й особистого життя і т. д. Інструментальні цінності можуть групуватися в етичні цінності, цінності спілкування, цінності справи; індивідуалістичні і конформістські цінності, альтруїстичні цінності; цінності самоствердження і цінності прийняття інших і т. д. Це далеко не всі можливості суб'єктивного структурування системи ціннісних орієнтацій. Психолог повинен спробувати вловити індивідуальну закономірність.

Якщо не вдається виявити жодної закономірності, можна припустити несформованість у респондента системи цінностей або навіть нещирість відповідей.

Достоїнства і недоліки методики

Достоїнством методики є універсальність, зручність і економічність у проведенні обстеження й обробці результатів, гнучкість - можливість варіювати як стимульний матеріал (списки цінностей),

так і інструкції. Істотним її недоліком є вплив соціальної бажаності, можливість нещирості. Тому особливу роль у даному випадку відіграє мотивація діагностики, добровільний характер тестування і наявність контакту між психологом і випробуваним. Методику не рекомендується застосовувати з метою відбору і експертизи.

Для подолання зазначених недоліків і більш глибокого проникнення в систему ціннісних орієнтації можливі зміни інструкції, які дають додаткову діагностичну інформацію і дозволяють зробити більш обґрунтовані висновки. Так, після основної серії можна попросити випробуваного ранжувати картки, відповідаючи на наступні питання:

- "В якому порядку і в якій мірі (у відсотках) реалізовані дані цінності у Вашому житті?"
- "Як би Ви розташували ці цінності, якщо б стали таким, яким мріяли?"
- "Як, на Ваш погляд, це зробив би людина, досконалий у всіх відносинах?"
- "Як зробила б це, на Вашу думку, більшість людей?"
- "Як це зробили б Ви 5 або 10 років тому?"
- ".....через 5 або 10 років?"
- "Як ранжирували би картки близькі Вам люди?"

ДОДАТОК 1

Таблиця 1.

Сравнительная таблица результатов исследования в экспериментальной и контрольной группах по методике Хекхаузена

		Экспериментальная группа студентов факультета журналистики	Контрольная группа студентов математического факультета
Надежда на успех ("Hb")	Потребность в достижении и успехе ("B")	3	2
	Инструментальная деятельность ("I")	2	1
	Ожидание успеха ("E")	3	3
	Похвала ("J")	3	-
	Положительное эмоциональное состояние ("g+")	1	2
	Тема успеха ("Th")	2	2

Суммарное количество баллов		<i>14</i>	<i>10</i>
Страх перед неуспехом ("Fm")	Потребность в избегании неуспеха ("Bm")	<i>1</i>	<i>2</i>
	Инструментальная деятельность для избегания неуспеха ("Im")	<i>1</i>	<i>1</i>
	Ожидание неуспеха ("Em")	-	<i>1</i>
	Открытая критика ("T")	<i>1</i>	-
	Отрицательное эмоциональное состояние ("g-")	<i>1</i>	<i>1</i>
	Неуспех ("m")	<i>1</i>	<i>1</i>
	Тема неуспеха ("Thm")	-	<i>1</i>
Суммарное количество баллов		<i>5</i>	<i>7</i>

ДОДАТОК 2

Таблица 2.

Сравнительная таблица результатов исследования в экспериментальной и контрольной группах по методике Мильмана

	Общежитейская направленность личности			Рабочая направленность личности		
	Жизне обеспечение	Комфорт	Общение	Общая активность (Д)	Творческая активность (ДР)	Социальная полезность (ОД)
Экспериментальная группа студентов факультета журналистики	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>12</i>	<i>18</i>	<i>26</i>	<i>22</i>
Суммарное количество баллов	<i>25</i>			<i>66</i>		
Контрольная группа студентов математического факультета	<i>11</i>	<i>10</i>	<i>8</i>	<i>14</i>	<i>18</i>	<i>21</i>
Суммарное количество баллов	<i>29</i>			<i>53</i>		

Мотивационный тест Хекхаузена.

Дана методика є психологічним інструментом вивчення сили і спрямованості мотивів людини, переважно двох основних аспектів - мотивації досягнення успіху і мотивація уникнення невдачі. Heinz Heckhausen - президент німецького психологічного суспільства в Мюнхені - є загальноновизнаним авторитетом міжнародного масштабу в наукових психологічних колах та розробником цілого напрямку в галузі вивчення поведінкових детермінантів. Традиції цього напрямку базуються на глибокому аналізі як біологічних, і соціальних передумов людської активності. У нашій країні він відомий як автор опублікованої в 1986 монографії "Мотивація і діяльність" , що широко висвітлює історію питання і методи дослідження мотиваційної сфери.

При розробці даного тесту Хекхаузен використовував як основу тематичний апперцептивний тест Мюррея – ТАТ. Це один з найбільш глибоких особистісних тестів, стимульний матеріал якого представлений серією картин, кожна з яких містить елементи складних міжособистісних конфліктів або будь-яких життєвих колізій. Інструкція передбачає повну свободу творчості для обстежуваного, який повинен на основі кожної картинки скласти розповідь. Проекція особистих переживань та ідентифікація з будь-ким з героїв написаного оповідання дозволяє визначити сферу конфлікту (внутрішнього чи зовнішнього), співвідношення емоційних реакцій та раціонального ставлення до ситуації, фон настрою, позицію особистості (активну, агресивну, пасивну чи пасивну) вміння планувати свою діяльність, рівень невротизації, наявність відхилень від норми, психопатичні риси, суїцидальні тенденції та багато іншого. Великою перевагою методики є невербальний характер матеріалу, що пред'являється, що розширює кількість ступенів вибору для випробуваного при створенні сюжетів і провокує до розкриття глибоких, інтимних особистісних переживань.

У своїй модифікації мюрреївського ТАТа Хекхаузен обмежив пошук психологічних феноменів мотиваційною сферою. Він вважає, що дослідження мотивації має бути орієнтоване на активність людини, що вивчається з погляду питання "Навіщо?" Йдеться про довільну активність, яка спрямована на досягнення певної мети. Це - активність, при якій усвідомлена мета, що

переслідується, яка контролюється по ходу розгортаються подій. Вона протікає на тлі більш менш чітких очікувань передбачуваного результату діяльності. Найбільш явно ці очікування виступають у вольових діях, але можуть простежуватися й у імпульсивних реакціях. Навіть коли вольові дії автоматизуються рівня навичок, очікування продовжують імпліцитно грати своєї ролі у регуляції активності, що відразу стає очевидним у разі порушення протікання автоматизму .

Категорія мотив у розумінні Хекхаузена включає такі поняття як потреба, спонукання, потяг, схильність, прагнення, кожне з яких вказує на динамічний момент спрямованості, ціннісне відношення, мета, до якої прагне індивід і використовувані ним засоби досягнення. Якщо виходити з розуміння мотиву як бажаної мети, слід мати на увазі такі основні проблеми психології мотивації: змістовна класифікація мотивів, проблема розвитку та трансформації мотивів у різні вікові проміжки, індивідуальні відмінності мотиваційної спрямованості, ситуативна обумовленість актуальності тих чи інших мотивацій із загальної структури усталеної ієрархії мотивів індивіда, мотивація як процес вибору дій, і навіть вивчення численних змінних, які входять у структуру мотиву.

У процесі розробки мотиваційного тесту, Г. Хекхаузен спирався на концепцію Дж. Аткинсона та Д. МакКлелланда, згідно з якою все складне різноманіття мотиваційної сфери можна звести до двох основних структурних компонентів: мотивація, спрямована на досягнення успіху, та мотивація, пов'язана з уникненням невдачі.

Як стимульний матеріал, що провокує обстежуваного неусвідомлено виявити силу і спрямованість своєї мотиваційної сфери, Хекхаузен використовує 6 картинок, що відрізняються від картинок тесту ТАТ в основному тим, що на них зображені фрагменти службово-виробничих ситуацій. По створеним обстежуваним обличчям сюжетам з допомогою описаного нижче " ключа " виділяються ті основні позиції (ознаки), простий підрахунок яких дозволяє обчислити і порівняти два провідних мотиви - спрямованого досягнення мети і уникнення невдачі.

Модифікації цього методу (Калінін, Норахідзе) використовуються у вигляді групового та індивідуального способу тестування. При груповому обстеженні тестування проводиться у приміщенні, пристосованому для тимчасового затемнення. Лунають аркуші з надрукованими питаннями:

1. Що тут відбувається і хто ці люди?
2. Як виникла ця ситуація, що сталося перед цим?
3. Що думає кожна зображена на малюнку людина, чого вони хочуть?
4. Що станеться далі, ніж усе це закінчиться? Кожна картинка (діапозитив) може експонуватися на екрані.

Інструкція, яку необхідно дати обстежуваним до початку дослідження, звучить так: "Це тест для дослідження фантазії та здібності до уяви. На екрані будуть з'являтися фотографії. У нашому розпорядженні 20 секунд часу для того, щоб розглянути зображення і потім п'ять хвилин для того, щоб скласти у ньому історію.

Як ви бачите, для кожної з шести картинок перед вами лежить окремий лист. Щоразу ставляться ті ж 4 питання. Вони повинні допомогти Вам у найкоротший час об'єднати всі існуючі частини в повну історію. Намагайтеся витратити на кожне запитання близько 1 хвилини. Я стежитиму за часом і говоритиму, коли можна переходити до наступного питання. В кінці у Вас буде ще трохи часу для завершення історії, перш ніж буде показано інше зображення.

У цьому тесті немає правильних чи неправильних відповідей. Ви можете абсолютно вільно вигадати будь-яку історію, яка Вам спаде на думку. Намагайтеся скласти історії так, щоб вони були по можливості живими та цікавими. Не описуйте просто те, що зображено на картинці. Складіть історію. Працюйте якнайшвидше, щоб укластися в часі. Чи маєте Ви ще питання? Пам'ятайте: не йдеться про красивий стиль або про чистописання. Якщо Ви зробите помилку, то просто перекресліть її та пишіть далі. Якщо Вам потрібно більше місця, то використовуйте зворотний бік листа.

При індивідуальному обстеженні слід проводити тестування в кімнаті, де немає сторонніх людей і випробуваний відчувається вільно. При пред'явленні

картин в індивідуальному дослідженні інструкція звучить так: "Це тест для дослідження фантазії та здібності до уяви. Я покажу вам кілька картин, а Ви повинні скласти по кожній з них розповідь. Розкажіть, будь ласка, яка ситуація на картині, що тут відбувається, хто ці люди, як виникла ця ситуація, що сталося перед цим, що думає кожна зображена на картині людина - чого вона хоче, що станеться далі, ніж все це закінчиться.

У цьому тесті немає правильних і неправильних відповідей. Будь-яку історію, яку захочете Дайте свободу своїй уяві, постарайтеся скласти історії так, щоб вони були по можливості живими та цікавими. Бажано, щоб розповідь являла собою не просто опис картинки, а деяку історію. У вашому розпорядженні п'ять хвилин на кожен картину. Досить швидко, але не на шкоду розповіді. Кожну придуману Вами історію слід записати на окремому листку буму гі. Не йдеться про гарну форму або чистописання, якщо Ви зробите помилку, то просто перекресліть і пишть далі. Якщо Вам знадобиться більше місця, використовуйте зворотний бік аркуша. Чи є у Вас якісь питання?. В іншому процедура проведення дослідження залишається такою ж.

Інтерпретація

Кожна розповідь випробуваного обробляється окремо за допомогою "ключа", що допомагає розшифрувати текст; виділяються категорії мотивації досягнення успіху - латинськими літерами "НЬ" - та мотивації уникнення невдачі - "Ет", потім підраховується кількість цих категорій по кожному виду мотивації спочатку для окремих оповідань, потім по всьому експерименту загалом.

Загальна кількість категорій кожного з видів мотивації свідчить про ступінь її інтенсивності. Кожна категорія кількісно дорівнює одному балу. Досвід роботи з методикою показав, що середній рівень інтенсивності мотивації досягнення становить 12 балів; а мотивації уникнення невдачі - 6, тобто співвідношення в середньому 2/1. Крім кількісної обробки проводиться – і це дуже важливо – змістовна інтерпретація оповідання. Тут слід звернути увагу на такі моменти: тематичний комплекс; - наявність потреби досягнення успіху або уникнення невдачі; - чим визначається діяльність досягнення – надією на успіх чи

очікуванню неспіху; - перспективи задоволення потреб; - перешкоди для задоволення потреб (внутрішні та зовнішні); - відношення до подолання перешкод (активне та пасивне), - наявність інших потреб.

Оповідання, що складаються випробуваними, майже завжди містять набагато більше, ніж дозволяє виділити пропонований ключ. Для повнішої характеристики мотиваційно-потребової сфери досліджуваного доцільно використовувати розробки з аналізу матеріалів Тематичного апперцептивного тесту Мюррея. За результатами всіх шести оповідань складається загальний висновок про особливості мотивації досягнення випробуваного.

Звертається увага, як кількісно виражені і співвідносяться мотивація досягнення успіху і мотивація уникнення невдач. Розкривається сфера досягнення. Описуються перспективи задоволення потреб, перешкоди, які стоять по дорозі їх задоволення, причини блокування потреб, засоби подолання неспіху. Далі розкриваються особливості зв'язку мотивації досягнення з іншими потребами особистості (дружби, допомоги іншим, підтримки, гри, насолоди та ін.).

Зрозуміло, короткі рекомендації не вичерпують різноманіття форм аналізу матеріалу, тому слід підходити до інтерпретації творчо з орієнтуванням на конкретну ситуацію та мети дослідження.

Ключі оцінки показників тесту.

(Всі короткі позначення латинськими літерами відповідають тим німецьким термінам, які відображають сутність феноменів, наведених тут російською мовою. Щоб не перевантажувати текст і не розпорошувати увагу читача, німецькі терміни тут опущені).

Ключ для виявлення "надії на успіх" ("НЬ") 1. Потреба у досягненні та успіху ("В").

"В" зараховується тоді, коли людина ставить перед собою позитивно сформульовану мету досягнення чи виконання певної роботи.

1). Як "В" враховуються позитивно сформульовані висловлювання, в яких не виражені побоювання або невпевненість щодо можливості досягнення мети

("хоче", "збирається", "намагається", "прагне"), але не "намагається". "Він хоче зробити домашнє завдання", "він має намір покращити свої оцінки", "успіх спонукає їх до подальшої гарної роботи", "він хоче виправити машину", "завтра я виконаю завдання". "Вони намагаються вирішити завдання" - все "В". "Він намагається розв'язати завдання" - не "В", а "1".

Якщо таке ж позитивно сформульоване намір перебуває у безпосереднього зв'язку з будь-яким твердженням, з якого можна зробити висновок, що за ним криється намір уникнути невдач, то зараховується не "В", а "Вт" (потреба в уникненні неуспіху), наприклад, ("Він збирається покращити свої оцінки, щоб не займатися у канікули").

Навпаки, навіть при негативному формулюванні мети досягнення може зараховуватися "В", коли безпосередньо перед або після нього йдеться, що йдеться про досягнення успіху ("Він намагається не робити помилок, щоб отримати хорошу оцінку"). Висловлювання, у яких виражається необхідність у досягненні мети, враховуються як "В", коли ця необхідність усвідомлюється і приймається людиною, про яку йдеться ("Він працює над своєю новою ідеєю і думає - цього разу має бути"). Наміри, спрямовані не так на саму мету, але в застосування певних інструментальних діяльностей, враховується не як "У", бо як "1" (інструментальна діяльність), оскільки виконання такої діяльності у разі ще означає досягнення мети ("він хоче працювати", "хоче вчитися", "він вирішив шукати собі нове місце роботи" - "1"). "Він хотів поставити шестірню, а вона вивалилася". Установка шестерні - лише інструментальна діяльність, тому така відповідь оцінюється як "1").

Наміри людини, які стосуються того, щоб допомогти, підтримати чи перевірити іншого, не враховуються як "В". ("Вони хочуть нас чогось навчити", "майстер хоче оцінити роботу" - не оцінюються як "В"). Наміри, спрямовані на виконання несуттєвої діяльності, також не враховуються як "В" ("Він хоче забрати документ", "Він збирається виписати рахунок", "службовець хоче отримати підпис у директора" - не "В").

2). Бажання та надія, спрямовані на досягнення мети, пов'язані вони з якоюсь якістю чи ні, враховуються як "В". ("Він хоче закінчити цю роботу", "він сподівається, що йому вдасться упорядкувати машину"), навпаки: "він сподівається, що його похвалять за цю роботу" - не "В").

Ці бажання та надії не повинні також супроводжуватись висловлюваннями, які можуть вказувати на наміри уникнути неспіху. ("Учень сподівався, що вирішив завдання" - "В", навпаки: "сподіваюся, що відповідь правильна, інакше мені доведеться ще раз все перераховувати" - "Вт").

Положення типу "Ах, якби я!.." щодо невдачі враховуються як "Вт", а не як "В". ("Він не може дати правильної відповіді. Він думає - якби я його знав"). Коли бажання чи надії відносяться до обставин, що лежать поза сферою впливу та дій бажаного, зараховується не "В", а "Ет" (очікування неспіху). Приклад: "Сподіваюся, матеріал витримає"-не "В", а "Ет".

Якщо наміри та бажання націлені на те, щоб якнайшвидше закінчити роботу і звільнитися від неї, або пов'язані з нестачею часу, "В" не враховується ("Він хоче якнайшвидше позбутися цієї роботи" - не "В"). Коли такі наміри та бажання обґрунтовані наявністю обмеженого терміну або нестачею часу, що явно пов'язано з досягненням, то враховується "В": "Він хоче закінчити статтю швидко, щоб вона потрапила в ранкове видання", "він хоче якнайшвидше закінчити розрахунки, тому що йому ще потрібно бути на будмайданчику" - все "В").

Особливості: підвищення зарплати не розглядається як мета досягнення. Бажання та надії, спрямовані на підвищення зарплати, таким чином, не повинні враховуватися як "В" (при певних висловлюваннях можуть враховуватися категорії "Вт", "д+", "д-", "Е", "Ет", "1" ", "Т"), якщо підвищення зарплати пов'язане з власним досягненням. Як мета досягнення не враховується також: "заробляти собі життя", "прогодувати сім'ю" тощо.

Діагностика мотиваційної структури особистості В.Е. Мільмана.

Призначення тесту. Методика дозволяє діагностувати мотиваційний (МП) та емоційний (ЕП) профілі особистості.

Типи мотиваційного профілю:

Прогресивний – характеризується помітним перевищенням рівня розвиваючих мотивів над рівнем мотивів підтримки: $(Д+ДР+ОД) - (П+К+С) \geq 5$ балів. Цей тип переважає в осіб, які досягли успіху в роботі чи навчанні. Так само характерний для особистості із соціально спрямованою позицією.

Регресивний – протилежний прогресивному та характерний перевищенням загального рівня мотивів підтримки над тими, хто розвиває мотивами. У найбільш виразному вигляді відображається у послідовному зниженні профільної лінії зліва направо. Часто зустрічається серед погано встигаючих школярів.

Імпульсивний – характеризується різкими перепадами профільної лінії з трьома вираженими піками, найчастіше за шкалами "К", "О", "ДР", але може бути і друге співвідношення. Критерій піка – кількісне значення цієї шкали на 2 або більше балів перевищує сусідні з ним; якщо це крайня шкала («П» або «ОД»), то для того, щоб вважатися піком він має перевищувати сусідню («К» або «ДР») не менше ніж на 4 бали. Найбільш характерний для школярів та студентів. Відбиває значну диференціацію та, можливо, конфронтацію різних мотиваційних факторів усередині загальної структури особистості.

Експресивний – характеризується помітними перепадами профільної лінії з наявністю двох піків: найчастіше зустрічаються поєднання піків за шкалами «К» та «ДР». У цьому типі відображається певна вибіркова диференціація мотиваційних факторів роздільно за групами підтримуючих (П, К, С) та розвиваючих (Д, ДР, ОД) мотивів. Названий так у зв'язку з тим, що виявляє певну кореляцію з експресивним типом акцентуації особистості (за Л.А.Гройсману), тобто. із прагненням суб'єкта через підвищення рівня самоствердження.

Сплющений – характеризується досить плоским, маловиразним профільним малюнком без виразних підйомів та спусків; наявність одного піку в цьому випадку не змінює сплющеного характеру профілю загалом. Відображає недостатню диференційованість мотиваційної ієрархії особистості, її бідність. Найчастіше зустрічається у школярів, особливо погано встигаючих. Помітна

тенденція його зменшення із віком.

Мильман В.Э. Метод изучения мотивационной сферы личности / Практикум по психодиагностике. Психодиагностика мотивации и саморегуляции. – М., 1990.