

ВМ>ЗПМ>ЗНМ та ВМ=ЗПМ>ЗНМ був обраний 41% студентів-першокурсників. Це свідчить про те, що студенти з даними мотиваційними комплексами не лише навчаються з інтересом та виявляють схильність до вирішення творчих, неординарних завдань, а й не бояться невдачі та можливої критики з боку викладача чи товаришів, тобто мають потенційні можливості особистісного та професійного розвитку. Турбують студенти, які обрали найгірші мотиваційні комплекси ЗНМ>ЗПМ>ВМ, ЗНМ=ЗПМ=ВМ, ЗНМ=ВМ>ЗПМ (18% в сукупності від загального числа опитаних). Такі студенти завжди наявні в колективі принаймні до першої сесії. Як правило вони не є сформованими особистостями, навчаються завдяки наполегливості батьків та, частіш за все, ігнорують будь-які спроби викладача їх зацікавити. Слід звернути увагу на решту першокурсників (41%), які обрали інші види мотиваційних комплексів. Завданням викладача при роботі з такими студентами є допомога у формуванні більш оптимального типу мотивації.

Список літератури:

1. Ананьев Б.Г. К психофизиологии студческого возраста / Б. Г. Ананьев // Современные психологические проблемы высшей школы. – Л., Изд-во ЛГУ. – 1974. – №2 – С. 3-15.
2. Зимняя И.А. Педагогическая психология / И.А. Зимняя – М. Логос, 2004. – 384 с.
3. Бордовская Н.В. Педагогика / Н.В. Бордовская, А.А. Реан – СПб.: Питер, – 2006. – 304 с.
4. Чирков В.И. Самодетерминация и внутренняя мотивация поведения человека / В.И. Чирков, Э.Л. Диси // Вопросы психологии. – 1996. – №3 – С. 116-132.

Особливості професійної мотивації студентів-маркетологів

Свдокимов А.В., доц.; Кривопішина О.А., доц.; Яковлева Г.В.

Дослідження, проведені у вузах, показали, що сильні і слабкі студенти відрізняються зовсім не інтелектуальними показниками, а тим, в якій мірі, у них розвинена професійна мотивація. Ті, хто витримує відбір і потрапляє в число першокурсників, в цілому володіють приблизно однаковими

здібностями. У цьому випадку на перше місце виступає чинник професійної мотивації; одну з провідних ролей у формуванні «відмінників» і «трієчників» починає грати система внутрішніх стимулів особи до навчально-пізнавальної діяльності у ВНЗ.

Експериментальне дослідження особливостей професійної мотивації студентів I курсу факультету економіки та менеджменту (спеціальність «Маркетинг») Сумського державного університету. У проведеному дослідженні брали участь 25 студентів I курсу факультету економіки та менеджменту (спеціальність «Маркетинг») Сумського державного університету, переважно особи жіночої статі (92 %), що в цілому відображає специфіку факультету. Професійна мотивація студентів досліджувалася за опитувальником К. Замфір. Для аналізу відповідей використовувалася наступна шкала: 1 бал - «у дуже незначній мірі», 2 бали - «у достатньо незначній мірі», 3 бали - «у не великій, але і не в малій мірі», 4 бали - «у достатньо великій мірі», 5 балів - «у дуже великій мірі».

На основі отриманих даних розраховувалися мотиваційні комплекси. Оптимальний баланс мотивів - $BM > ЗПМ > ЗНМ$ і $BM = ЗПМ > ЗНМ$, де внутрішня мотивація (BM) - висока; зовнішня позитивна мотивація (ЗПМ) - дорівнює внутрішній мотивації або нижча за неї, але відносно висока; зовнішня негативна мотивація (ЗНМ) - дуже низька і близька до 1. Чим оптимальніше мотиваційний комплекс (баланс мотивів), тим більше активність студентів мотивована самим змістом професійного навчання, прагненням досягти в ній певних позитивних результатів [3].

Аналіз отриманих результатів показав, що студенти-маркетологи більшою мірою задоволені обраною професією. Обираючи між якнайкращим, оптимальним і якнайгіршим типами співвідношень, більшість студентів обрали оптимальний комплекс, представлений поєднаннями: $BM > ЗПМ > ЗНМ$ (41,3% опитаних) і $BM = ЗПМ > ЗНМ$ (11,7% опитаних). Це свідчить про те, що студенти з даними мотиваційними комплексами залучаються до цієї діяльності заради неї самої, а не для досягнення зовнішніх нагород. Така діяльність є самоціллю, а не засобом для досягнення іншої мети. Тобто це ті студенти, яких привертає, перш за все, інтерес до

самого процесу навчання, вони схильні вибирати складніші завдання, що позитивно відбивається на розвитку їх пізнавальних процесів.

Якнайгірші мотиваційні комплекси представлені наступним співвідношенням: $ЗНМ > ЗПМ > ВМ$; $ЗНМ > ЗПМ = ВМ$; $ЗНМ > ВМ > ЗПМ$ і $ЗНМ = ЗПМ = ВМ$. Дані комплекси в сукупності мають 17,3% від загального числа опитаних студентів. Це може свідчити про байдужість, а ймовірно, і негативне відношення до процесу навчання в цілому. Для таких студентів цінністю є не отримання професійних знань і умінь, а кінцевий висновок їх навчання у ВНЗ, тобто отримання диплому.

Зовнішня мотивація - це використання методу "батога і пряника" (заохочення, стимулювання, критика, покарання) або формули біхевіоризму (Б. Скиннер, К. Халл та ін.) S - R (стимул - реакція), введення початків змагань і так далі. Основними елементами при даному типі мотивації є зовнішні стимули - важелі дії або носії «роздратувань» [3].

Характеризуючи групу в цілому, можна сказати, що переважаючим типом мотивації професійного навчання є внутрішня - 52,5%. На другому місці - студенти із зовнішньою позитивною мотивацією - 33,3%. Даний тип мотивації «гірше» внутрішнього типу мотивації тим, що студентів привертає не сама діяльність, а те, як вона буде оцінена людьми, які їх оточують (позитивна оцінка, заохочення, похвала і так далі). І на третьому місці - студенти із зовнішньою негативною мотивацією - 14,2%. Навчання студентів з таким типом мотивації характеризується наступними ознаками: навчання заради навчання, без задоволення від діяльності або без інтересу до предмету, що викладається, навчання через острах невдач; навчання з примусу або під тиском та ін. Отже, мотиваційний комплекс групи виглядає так: $ВМ > ВПМ > ВОМ$.

Список літератури:

1. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы /Е.П. Ильин. - СПб., 2000.
2. Курдюкова Н.А. Оценивание успешности учебной деятельности как психолого-педагогическая проблема /Н.А. Курдюкова // Автореф. дис. - Спб., 1997.

3. Лисовский В.Т. Актуальные проблемы нравственного воспитания будущих специалистов. – М., 2003. – 385 с.
4. Панкратов А.Н. Саморегуляция психического здоровья: Практическое руководство. - М.: Институт психотерапии, 2001.
5. Смирнов С.Д. Педагогика и психология высшего образования: от деятельности к личности: Учеб. пособие. - М, 2001. - 304 с.

Емпатія як джерело гармонії у суспільстві

Колісник Л., Луценко С.

Проблема емпатії особистості набуває особливої актуальності у зв'язку з загальними тенденціями психології сучасного суспільства, що стає все більш жорстоким, раціональним, прагматичним. За даних обставин розвиток емпатії особистості можна розглядати як соціальне замовлення, оскільки це призведе до вирішення цілої низки психологічних проблем, зокрема, до зниження рівня агресії та до профілактики міжособистісних конфліктів у суспільстві. [4]

– Функціонування емпатії визначається цінностями та мотиваційними установками особистості. Емпатія слугує одним із регуляторів взаємовідносин між людьми; проявляється у прагненні надавати допомогу та підтримку іншим людям; сприяє розвитку гуманістичних цінностей особистості; супроводжує особистісне зростання та стає однією із провідних його ознак. [1]

Мета нашого дослідження полягала в аналізі літературних джерел щодо розуміння поняття емпатії та у визначенні рівня емпатії чоловіків та жінок різного віку і роду діяльності у сучасному суспільстві. Термін «емпатія» був введений у психологію Е. Тітченером для позначення внутрішньої активності, результатом якої є інтуїтивне розуміння ситуації іншої людини. Емпатія (гр. *empathia* - співпереживання) – це категорія сучасної психології, що позначає здатність особистості уявити себе на місці іншої людини, зрозуміти її почуття, бажання, ідеї та дії, на мимовільному рівні позитивно ставитися до ближнього, переживати подібні з ним почуття, розуміти та приймати його актуальний емоційний стан. Проявити емпатію по відношенню до співбесідника – означає подивитись на ситуацію його очима, уміти