

АННОТАЦІЯ

**МОТИВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО СТАНОВЛЕНИЯ БУДУЩЕГО
УЧИТЕЛЯ**

В статье проанализирована проблема мотивации, ее роль и место в структуре личности и в процессе профессионального становления будущих педагогов. Охарактеризованы виды мотивации педагогической деятельности. Раскрыты мотивационные факторы профессионального становления будущего учителя. Освещены психолого-педагогические условия формирования мотивационной сферы будущих учителей начальной школы.

Ключевые слова: *мотив, мотивация, профессиональное становление, формирование мотивации, мотивационная сфера, педагог.*

SUMMARY

MOTIVATIONAL FACTORS OF PROFESSIONAL FORMATION OF A FUTURE TEACHER

It has been analyzed the problem of motivation, its role and place in the structure of personality and in the professional development of future pedagogues in this article. It has been characterized the motivations of teaching. It has been disclosed the motivational factors of professional formation of a future teacher. It also has been thrown light upon the psycho-pedagogical conditions of forming the motivational area of future primary school teachers.

Key words: *motive, motivation, professional formation, forming of motivation, motivational area, pedagogue.*

УДК 159.924.7

**ВПЛИВ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ НА ПРОЦЕС СОЦІАЛІЗАЦІЇ
ОСОБИСТОСТІ**

ЯМЧУК Т.Ю., БЛИЩАК Є.В.

Мукачівський державний університет

В статті розглядаються особливості впливу засобів масової інформації на процес соціалізації особистості. Висвітлюються погляди вчених з проблематики впливу засобів масової інформації на особистість, та наводиться констатувальне дослідження особливостей впливу мас-медіа на особистість.

Ключові слова: *соціалізація особистості, засоби масової інформації, телебачення, вплив.*

Об'єктивною закономірністю розвитку інформаційного суспільства, головним багатством якого є інформація, стала інтенсифікація інформаційних процесів. Ці процеси за допомогою засобів масової інформації (ЗМІ) можуть впливати як позитивно (пропаганда й поширення в житті суспільства високих культурних цінностей, виховання людей на зразках світової культури, що сприяють всесторонньому розвитку людини), так і негативно, призводячи до інформаційних перевантажень, що, у свою чергу, послаблює здатність мислити, міркувати. Особливе занепокоєння викликає факт спрямованого впливу сучасних ЗМІ на молоде покоління. І те, що цей вплив сьогодні багато в чому негативний, уже не заперечує ніхто. Це підтверджується, в цілому ситуацією в суспільстві. Хвиля насильства, що поглинула соціум, зростання немотивованої агресії, руйнування традиційних загальнолюдських цінностей, відсутність у молоді моральних орієнтирів, духовних лідерів, зниження порогу чутливості — усе це, зокрема, зумовлено сучасним станом засобів масової комунікації (ЗМК). Ця тема актуальна особливо сьогодні, коли йдеться про відсутність контролю над ринком ЗМІ, нерегульоване надання інформації різній аудиторії, що в результаті згубно позначається на формуванні морально-етичних цінностей підростаючого покоління.

Мета дослідження — вивчення аспектів впливу сучасних засобів масової інформації на процес соціалізації особистості.

Народившись, людина має лише можливість стати особистістю, яка набуває реальності в міру засвоєння дитиною багатства людського досвіду, культури і перетворення з об'єкта турботи дорослих на самостійний суб'єкт діяльності. Процес інтеграції індивіда в суспільство через систему соціальних статусів, через засвоєння ним елементів культури, соціальних норм та цінностей, на підставі яких формуються соціально значимі риси особистості, моделі її поведінки носить назву соціалізації.

Соціалізація пояснює, яким чином людина з істоти біологічної перетворюється на соціальну. Соціалізація розповідає на індивідуальному рівні про те, що відбувалося із суспільством на колективному рівні. Індивід дорослішає, у «згорнутому» вигляді проходить ті ж самі етапи, які пройшло суспільство впродовж культурної та біологічної еволюції

Поняття «соціалізація» (від лат. *Socialis* – суспільний) дедалі активніше використовується, як наукова категорія представниками широкого спектра наук – філософії, соціології, психології, політології, педагогіки та ін.

Як відомо, американський психолог Г. Парсонс запропонував термін «соціалізація» для визначення того процесу, який проходить людина протягом всього життя, набуття знань про суспільство і самого себе, розвитку соціальних навичок та вмінь, інтерналізації всієї його культури. В зв'язку з цим процес, який об'єктивно відбувається, обумовлений потребою людини у своєму відтворенні та постійному вдосконаленні.

Сучасній науці відомі різноманітні моделі соціалізації. До головних належать: психоаналітична теорія Зігмунда Фрейда; теорія «рольового тренінгу» Т. Парсонса, «соціального навчання» Г. Долларда; П. Скіннера та ін.; «міжособистісного спілкування» Ч.Х. Куллі, Дж.Г. Міда та ін.; «когнітивна теорія» Е. Еріксона та ін. Усі ці моделі уміщують виховання як один із механізмів соціалізації.

Процес соціалізації складається з ряду етапів. Розрізняють первинну соціалізацію - засвоєння соціальних норм та цінностей дитиною, входження її до даної культури, та вторинну - послідовне засвоєння соціальних ролей, що є характерним для життєдіяльності дорослої людини. Процес засвоєння норм та цінностей суспільства не може припинитися тоді, коли індивід відсвяткує свій вісімнадцятий день народження, або закінчить школу. Початок професійної кар'єри, одруження, народження дитини, зміна роботи, переїзд в інше місто - всі ці ситуації передбачають знайомство з новими ролями, а отже соціалізацію.

Успішна соціалізація зумовлена різними факторами, зокрема існуванням нормативного канону людини, тобто уявлень про природу та можливості людини. Цей канон має щонайменше два виміри: уявлення про те, що являє собою дитина від народження, а також якою вона повинна стати в результаті освіти та виховання. Такий канон фіксується у філософсько-релігійних текстах, фольклорі. Кожне суспільство формує своїх членів відповідно до канонів власної культури.

Процес соціалізації проходить у оточенні багатьох людей та соціальних інституцій, тобто агентів соціалізації, які є відповідальними за навчання у процесі засвоєння культурних норм та соціальних ролей.

Агенти соціалізації відіграють різні ролі в житті людини, можуть ставити перед собою різні цілі, по-різному впливати на неї. В одній ситуації вплив агентів соціалізації може доповнювати один одного, підсилюючи ефект результативної дії, в іншій вони можуть вступати у конфлікт, зменшуючи тим самим виховний ефект.

Загальновідомо, що в наш час засоби масової комунікації справляють найбільш вагомий вплив на суспільну свідомість. Ера мас-медіа і електронної інформації

радикально змінює як життя людини, так і її саму. Через здатність швидко і майже тотально охоплювати найбільш широкі аудиторії ЗМІ можуть трансформувати традиційну систему духовного виробництва. Підраховано, що дитина проводить більше часу перед телевізором та в інтернеті, ніж у школі. Дослідження свідчать, що телебачення та інтернет має подвійний ефект: позитивний, тобто стимулює позитивну поведінку, якщо дитина дивиться програми, спрямовані на популяризацію відповідних цінностей, або стимулює насильство, інші негативні моделі поведінки, якщо програми пропагують агресію і подібні типи негативних явищ.

Механізм впливу на людину найбільш дієвих маніпуляційних засобів енергоінформаційних, лінгвістичних, психотропних і, зокрема, ЗМІ, як підкреслювалося раніше, заснований на врахуванні її психічних особливостей. При цьому значних успіхів досягли саме засоби масової інформації. За їхніми шаблонами люди висловлюють «свою» думку, сперечаються один з одним, визначають відношення до політичних партій і суспільних лідерів, виховують дітей, одягаються, лікуються, худнуть, вибирають покупки і взірці для наслідування, закохуються.

Одна з небезпечних для духовно-моральної атмосфери суспільства традицій ЗМІ полягає в їхньому прагненні (заради високих рейтингів) експлуатувати низинні, руйнівні тенденції людської підсвідомості. Телебачення, кінематограф, література, друковані ЗМІ повною мірою використовують тягу людини до всього трагічного, пов'язаного зі стражданнями. Відомо і досить цинічне журналістське кредо: чим більше жертв і катастроф, тим цікавіша, притягуюча інформація для глядача (і читача). Тому в перших кадрах телевізійних новин, на перших шпальтах газет, смакуючи деталі, розписуються великі та малі трагічні події.

Вивчаючи вплив ЗМІ на соціалізацію особистості, треба мати на увазі, що безпосереднім об'єктом впливу різного роду повідомлень являє собою не стільки сам індивід, скільки поведінка цілих груп людей.

ЗМІ можна вважати стержем соціалізації, оскільки вони впливають на соціалізацію всього населення. Вплив ЗМІ на стихійну соціалізацію визначається деякими обставинами: по-перше, ЗМІ виконують рекреативну функцію, оскільки визначають проведення дозвілля, як індивідуального характеру, так і групового. По – друге, тісно з рекреативною функцією пов'язана релаксуюча. Для великої кількості людей перегляд фільмів або прослуховування музики, являє собою компенсацією міжособистісних стосунків. По – третє, ЗМІ фактично являють собою неформальну освіту. Як джерело інформації майже всі користувачі отримують різні, суперечливі, несистематизовані дані про типи поведінки людей, їх спосіб життя, різні соціальні слої, регіони та країни. Як показали дослідження, той набір ЗМІ (телебачення, радіо), якими користується людина, створює специфічний для неї інформаційний світ. Він суттєво відрізняється навіть у мешканців одного будинку. По – четверте, ЗМІ цілком суттєво впливають на засвоєння різного віку людей широкого спектру соціальних норм та формування ціннісних орієнтацій особистості. Це може проявлятися в формуванні матеріальних та соціальних потреб у великої групи людей та в кожного індивідуума окремо. Раніше цей процес визначався, як правило умовами життя і звичайно потреби відповідали наявним можливостям та їх реалізації, або не сильно відрізнялися. Але зараз кіно, відео показують норми та стандарти життя. Тому більшість людей не в змозі адекватно оцінити можливості їх реалізації, які мають інші люди. Однак потрібно мати на увазі, що вплив ЗМІ на засвоєння людиною тих чи інших норм та цінностей, мають нерідко досить опосередкований характер. Мова йде про феномен «двохстороннього потоку інформації»: ідеї розповсюджуються від ЗМІ до «лідерів думки», а від них до менш активних послідовників. По – п'яте слід відмітити те, що ЗМІ набирають тенденцію перетворення в сферу самореалізації особистості. Розвиток електронних

систем призвів до створення нових способів комунікації та самореалізації особистості.[19]

У науковій літературі відзначається вплив сучасних засобів масової інформації на формування підростаючого покоління. Прихильники нової соціологічної теорії «інформативного суспільства» відводять цим засобам визначальне місце в системі відносин сучасного суспільства, оскільки вони стали органічною частиною середовища його проживання.

Учені вважають, що сучасне покоління – «інше», і воно є дуже «важким», але причини цих труднощів трактуються неоднозначно. Одні акцентують увагу на важких соціально-психологічних умовах, в яких жили і росли діти (страх перед загрозою термоядерної війни, втрати сенсу життя, розчарування, депресії, наркоманія тощо). Інші звинувачують насамперед саме дорослих, які винайшли нові технології, засоби масової інформації і цим не лише позбавили дітей радості дитинства (Н. Постман), а і спричинили зникнення самого поняття «дитинства».

На думку фахівців, зміст того, що молодь отримує у ЗМІ, є одним з найбільш травмуючих факторів телевізійного впливу на її психічний та фізичний стан. Головним чином, це належить до насильства, яке надмірно демонструє телебачення. Як показують дослідження, постійний перегляд сцен насильства притупляє чутливість до агресії, зменшує значимість внутрішніх факторів, які її стримують, збільшує фактичні прояви агресивності в поведженні, формує невірний образ соціальної реальності, що може стати основою подібних дій.

Поширення ЗМІ, зокрема телебачення, зумовлює також потребу розробки і втілення спеціальної медіальної освіти, яка озброювала б підлітків та молодь здатністю, з одного боку, пошуку і використання потрібної інформації, а з іншого — спроможністю до «самооборони» від неї. У першому випадку школа і батьки покликані забезпечити дитині інтелектуальну і технологічну здатність давати собі раду з навалюючою інформацією. Це — розвиток. В іншому ж випадку йдеться про формування морального імунітету проти негативного виховного впливу ЗМІ

Візуальний характер телевізійного викладу впливає насамперед на емоції людини, а не на її свідомість. Екран оперує найчастіше образами, а не поняттями. А якщо врахувати, що в більшості випадків телевізійні програми не піднімаються до рівня образного засвоєння дійсності і глядач найчастіше зустрічається з примітивною візуальною інформацією, то побоювання дослідників телебачення, пов'язані з його негативним впливом, зрозуміти неважко.[13]

Для дослідження впливу засобів масової інформації на процес соціалізації особистості була розроблена авторська анкета, а також вивчалися притаманні механізми психологічного захисту та особливості соціально – психологічної адаптації особистості.

Дослідження проводилося в II етапи. В I етапі було аналіз психолого - педагогічної літератури. В II етапі було проведено емпіричне дослідження. Вибірка дослідження складається з 25 респондентів у віці від 20 до 22 року (середній вік - 21 рік). Всі учасники дослідження є студентами Мукачівського державного університету: 25 студентів 4 -го курсу навчання, Гуманітарний факультет, спеціальність «Практична психологія».

Для дослідження було обрано наступні методики:

- 1.Методика діагностики соціально – психологічної адаптації (Роджерса – Даймонда);
- 2.Методика «Індекс життєвого стилю»;
- 3.Розроблена авторська анкета «Вплив телебачення на соціалізацію особистості».

Авторська анкета «Вплив засобів масової інформації на соціалізацію особистості» дає змогу продемонструвати відношення респондентів до такого виду мас-медіа, як телебачення. Вона допомагає визначити кількість осіб, які і справді на собі відчувають вплив телебачення, а також бачення того до яких наслідків воно може призвести в майбутньому.

За результатами проведеного анкетування можна зробити наступні висновки. Саме ставлення випробуваних до телебачення досить нейтральне, вони вважають, що воно впливає на особистість, їх здоров'я, психіку та життя в цілому. Велика кількість випробуваних вважає, що телебачення може призвести навіть до деградації людини і тільки невеликий відсоток, що до розвитку культури та покращення економічного стану в країні. Але студенти висловили також думку про те, що на них особисто та на їхні стосунки з оточуючими телебачення не впливає.

Таблиця 1.

Первинні результати групи ПП – 4 за анкетуванням наведені у відсотковому відношенні.

Питання	Варіанти відповідей	Кількість %
1. Чи змінюються ваші стосунки з оточуючими під впливом телебачення?	Так	16%
	Ні	80%
	Важко відповісти	4%
2. До яких на ваш погляд соціальних наслідків може призвести подальший розвиток телевізійних програм?	Покращення економіки	4%
	Додаткове джерело прибутку	8%
	Падіння культури	20%
	Деградація людини	36%
	Розширення кругозору	20%
	Важко відповісти	8%
3. Чи впливає телебачення на людину, як на особистість?	Так	68%
	Ні	20%
	Важко відповісти	12%
4. На вашу думку, телебачення впливає на здоров'я або психіку людини?	Так	80%
	Ні	12%
	Важко відповісти	8%
5. Скільки годин щодня у Вас займає перегляд телепередач, фільмів?	До 1 год	28%
	1-3 год	32%
	Більше 3 год	12%
	Не дивлюсь взагалі	28%
6. Як Ви ставитеся до телебачення?	Позитивно	28%
	Нейтрально	68%
	Негативно	4%
	Важко відповісти	0%
7. Чи бували ситуації, коли прокрутка того, чи іншого рекламного ролика викликала у Вас які-небудь емоції (роздратування, сміх), спогади?	Так, часто	32%
	Іноді	60%
	Ніколи	8%

8. Чи багато телевізійних програм викликають у Вас негативну реакцію?	Практично всі	12%
	Багато	68%
	Ні, багато навіть подобається	8%
	Важко відповісти	12%
9. Телебачення диктує людям стиль життя?	Так	36%
	Ні	48%
	Важко відповісти	16%
10. Чи перемикаєте Ви на інший канал, коли йде реклама?	Завжди	68
	Іноді	24%
	Ні	0%
11. Чи допомагає Вам телебачення орієнтуватися при покупці товарів і послуг?	Так	0%
	Ні	76%
	Важко відповісти	24%
12. Чи відомо Вам про "ефект 25 кадру"?	Так, задумуюся	24%
	Так, але не вірю	52%
	Щось ніби чув	16%
	Ні	8%
	Важко відповісти	0%
13. Часто Вам в голову западає якась фраза або картинка з телебачення	Так	48%
	Ні	44%
	Важко відповісти	8%

Методика діагностики соціально – психологічної адаптації (Роджерса – Даймонда). Методика спрямована для вивчення особливостей соціально-психологічної адаптації та пов'язаних з цим рис особистості. Соціально - психологічна адаптація - вид взаємодії особи із соціальним середовищем, у процесі якого відбувається узгодження вимог та сподівань обох сторін. Цей процес вказує на пристосування індивіда до рольових функцій, соціальних норм, спільностей, до умов функціонування різних сфер суспільства.

При визначенні соціально – психологічної адаптації у студентів 4-го курсу Практична психологія виявлено, що майже всі шкали знаходяться на досить таки високому рівні. Студенти є досить добре адаптованими, результати по всім шкалам є високими, а по деяким навіть дуже. Це говорить про досить таки позитивні прогнози, адже в них позитивне відношення до самих себе, їхня самооцінка знаходиться в нормі, в них досить позитивне сприймання оточуючого світу, інших людей та їхнього життя. Також у більшості випадків у них переважають позитивні емоційні переживання та задоволеність власного життя. Вони відчують себе активним об'єктом власної діяльності. Студенти або є лідерами, або хочуть ним стати. Це поняття можна розглядати як з позитивної сторони, так з негативної. Адже в деяких випадках вони почувають свою перевагу над іншими, або ж просто починають придушувати інших, тим самим пригнічуючи їх. Також ці результати можна обґрунтувати тим, що були проведені дослідження в ході яких було доведено, що рівень соціально – психологічної адаптації в студентів в більшості характеристик досить високий. Це було пояснено тим, що між соціально – психологічною адаптацією та копінг – стратегією існує кореляційний взаємозв'язок. Тобто у людей з високими результатами соціально – психологічної адаптації в більшості випадків їм притаманна поведінка з орієнтацією на вирішення завдань. Сюди в першу чергу відносять молодих людей, що знаходяться на ранньому етапі процесу соціалізації.

Метою другої методики було дослідження переважаючих видів механізмів психологічного захисту, і нами була застосована методика «Індекс життєвого стилю».

За результатами дослідження можна констатувати, що в студентів 4-го курсу «Практична психологія» найбільш притаманними та домінуючими психологічними захистами являються такі, як: заперечення, проєкція та інтелектуалізація. Це говорить про те, що в більшості випадків вони просто не хочуть сприймати ту інформація, яка надходить ззовні, захищаючи тим самим саму себе від негативних переживань. Також в більшості випадків досліджувані намагаються просто приписувати свою соціально неприйнятну поведінку, або ж навіть думки іншим людям тим самим виправдовуючи самих себе. І ще найчастіше всього вони просто щоб усунути емоційне напруження включають занадто багато інтелектуальних ресурсів. А найменш всього вони використовують такий механізм психологічного захисту, як витіснення, тобто вони намагаються витіснити ту чи іншу свою неприйнятну поведінку в несвідоме.

Висновки. На основі аналізу наукової літератури можна стверджувати, що проблематика впливу засобів масової інформації на процес соціалізації є надзвичайно актуальною на сьогодні, позаяк це питання не є вирішеним і потребує постійної уваги через безперервний розвиток інформаційних технологій та їх вплив на людину.

Засоби масової інформації, якими користується людина, створюють для неї специфічний інформаційний світ. Використання різних інформаційних джерел формує різні інформативні сфери розуміння світу, визначає ціннісні орієнтації молоді людини, стиль її життя.

Сучасна людина відрізняється особливою прихильністю до радіо, кіно, телебачення. Перевага досягнень людства на шляху до технічного прогресу над традиційними засобами його морального та духовного розвитку (книга, театр, живопис) все більше відчувається в молодіжному середовищі. Зміни в культурно - ціннісних орієнтаціях сучасників не можна пояснити лише об'єктивним впливом науково-технічного розвитку суспільства. Необхідно враховувати ті зміни, які відбуваються у змісті і функціонуванні засобів комунікації і соціально-психологічних механізмів сприймання їх молоддю.

Сучасна людина в деякому смислі є «телелюдиною». Телебачення - це важливий фактор її існування. Вона є не тільки джерелом інформації. Кількість часу, проведеного біля телевізора, демократичність, доступність телепродукції - все це справляє великий формуючий вплив на смаки й уподобання людини.

Аналізуючи проведені емпіричне дослідження варто звернути увагу, що студенти 4-го курсу «Практична психологія» досить нейтрально відносяться до засобів масової інформації і особисто на собі вони не відчують ніякого їхнього впливу. Проте на їхню думку такий вид засобів масової інформації, як телебачення в майбутньому може призвести до падіння культури та навіть деградації людини. Також ми вияснили, що студенти вже досить добре адаптовані, в них позитивнее ставлення до навколишнього світу, інших людей, їхнього життя та до самих себе. Тобто таким чином можна переконатись в тому, що засоби масової інформації практично не впливають на їхнє ставлення до навколишнього середовища. Ми можемо побачити, що досліджуваним притаманний такий вид психологічного захисту, як заперечення. Тобто вони десь відкидають цей вид інформації, що диктують їм засоби масової інформації, що також суттєво впливає на їх процес соціалізації.

Виходячи з результатів нашого дослідження, можна ствержувати, що процес соціалізації не буде повним без участі засобів масової інформації. Саме вони є для студентів джерелом отримання інформації, та дають можливість молоді бути повноправною частиною сучасного інформаційного суспільства. Проте надзвичайно важливим є те, яку саме інформацію особистість отримує в процесі соціалізації і чи є

вона корисною для неї. Тому необхідно знати, якій саме інформації потрібно приділити увагу і до яких наслідків вона може призвести в майбутньому.

ЛІТЕРАТУРА

1. Власенко Ф. П. Особливості соціалізації індивіда в умовах інформаційного суспільства (соціально-філософський аналіз): автореф. дис... канд. філософ. наук: 09.00.03 / Ф. П. Власенко. – К., 2008. – 18 с.
2. Здіорук С.І. Роль ЗМІ у прагуванні психогігієнічного виховання і здорового способу життя серед молоді / Практична психологія та соціальна робота. — 2007. — № 11. — С. 6–10.
3. Мудрик А.В. Социализация человека: учеб. Пособие для студ. высш. учеб. Заведений / А. В. Мудрик – 2 изд., испр. и доп.-М. : Издательский центр «Академия», 2006-304с.
4. Петрунько О. В. Соціалізація дитини в агресивному медіасередовищі: автореф. дис. д-ра психол. наук : 19.00.05 / О. В. Петрунько. – К., 2010. – 32 с
5. Лісовська В. Т. Соціологія молоді. Учеб. посібник [Текст]:/під ред. В.Т. Лісовської. - СПб: Нева, 2007. - 287 с.

АННОТАЦІЯ

ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ НА ПРОЦЕСС СОЦИАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТИ

В статье рассматриваются особенности влияния средств массовой информации на процесс социализации личности. Освещаются взгляды ученых по проблематике влияния средств массовой информации на личность, и приводятся констатирующие исследование особенностей влияния масс-медиа на личность.

Ключевые слова: социализация личности, средства массовой информации, телевидение, влияние.

SUMMARY

INFLUENCE OF MEDIA ON PROCESS OF SOCIALIZATION

In the article deals with the peculiarities impact of the media in the process of socialization. It reflects the views of scientists on issues of media exposure on the individual, and provides statement study the characteristics of media influence on the individual.

Key words: socialization of the individual, media, television, influence.

УДК 159. 923

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ В УЧНІВ СТАРШИХ КЛАСІВ

ХИМИНЕЦЬ А. В.

Мукачівський державний університет

В статті розкрито особливості мотиваційної сфери сучасних старшокласників та навчальної мотивації зокрема. Висвітлено основні теорії мотивації та види мотивів навчання. Розкрито умови формування навчальної мотивації старшокласників

Ключові слова: мотив, мотивація, навчальна мотивація, теорії мотивації, види початкових мотивів, навчальна діяльність.

Мотиваційна сфера є складним інтегральним поняттям, основу якого складають потреби, як сукупність зовнішніх і внутрішніх умов, котрі обумовлюють активність суб'єкта і визначають направленість дій.

Інтенсивний розвиток українського суспільства, реформаційні процеси в усіх сферах його життєдіяльності і розширення інформаційного простору вимагають від підростаючого покоління вміння орієнтуватися у швидкоплинному потоці інформації та ефективно засвоювати нові знання. Тому в XXI столітті пріоритетним завданням у трансформації освітнього соціуму має бути активізація суб'єктної позиції учнів на