

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ**  
**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «ЧЕРНІГІВСЬКИЙ КОЛЕГІУМ»**  
**ІМЕНІ Т. Г. ШЕВЧЕНКА**  
**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ПСИХОЛОГІЇ**  
**ТА СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ**

**Кафедра загальної, вікової та соціальної психології**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**освітнього ступеня «магістр»**

на тему:

**МОТИВАЦІЯ ВСТУПУ ДО ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**  
**(НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІГІВСЬКИХ СТУДЕНТІВ-ПЕРШОКУРСНИКІВ)**

**Виконала:** студентка 2 курсу 61 групи  
**Яковлева Руслана Леонардівна**

**Науковий керівник:**

канд. психол. наук, доцент

**Дроздова Марина Анатоліївна**

Захищено з оцінкою \_\_\_\_\_

Голова ЕК \_\_\_\_\_

**Чернігів - 2025**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ МОТИВАЦІЇ ВСТУПУ ДО ЗВО</b>	
1.1. Мотиваційна сфера особистості.....	5
1.2. Специфіка мотиваційної сфери юнацького віку .....	13
1.3. Мотивація вступу молоді до ЗВО.....	17
Висновки до першого розділу.....	21
<b>РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ВСТУПУ ДО ЗВО ЧЕРНІГІВСЬКИХ ПЕРШОКУРСНИКІВ</b>	
2.1. Методика та процедура дослідження.....	23
2.2. Отримані результати та їхній аналіз .....	25
2.3. Практичне впровадження результатів.....	38
Висновки до другого розділу.....	47
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	49
<b>ПЕРЕЛІК ОТРИМАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	53
<b>ДОДАТКИ</b> .....	57

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** Вища освіта в сучасному світі є одним із ключових чинників особистісного та професійного становлення людини. Саме вона відкриває можливості для реалізації кар'єрних перспектив, соціального зростання та формування громадянської позиції. В умовах глобалізації та суспільних трансформацій вибір молоддю на користь здобуття вищої освіти стає не лише індивідуальним рішенням, а й важливим соціальним явищем. Для України, яка нині переживає складний період воєнних дій, це питання набуває особливого значення: молоді люди змушені робити вибір на користь здобуття вищої освіти з урахуванням не лише особистих інтересів та здібностей, а й соціально-економічних умов, стану ринку праці та перспектив професійної самореалізації.

Проблематика мотивації вступу до закладів вищої освіти відрізняється від проблематики навчальної мотивації. У центрі уваги опиняються саме ті чинники, які спонукають абітурієнтів до прийняття рішення щодо отримання вищої освіти: престижність диплома, бажання здобути певний соціальний статус, прагнення матеріальної стабільності в майбутньому, вплив батьків чи однолітків, а також прагнення до самореалізації та саморозвитку. Дослідження цієї сфери дозволяє зрозуміти, чим керується сучасна молодь, обираючи заклади вищої освіти, і яким чином ці мотиви можуть впливати на подальшу професійну траєкторію.

Особливу увагу варто приділити першокурсникам, адже саме на початковому етапі здобуття освіти можна найбільш чітко простежити мотиви вступу. Вивчення цієї проблеми на прикладі чернігівських студентів-першокурсників дає змогу не лише визначити їхні провідні мотиви, а й зробити висновки про загальні тенденції в освітніх орієнтаціях української молоді.

**Об'єктом дослідження** є мотиваційна сфера особистості.

**Предметом дослідження** є специфіка мотивів вступу молоді до закладів вищої освіти.

**Метою дослідження** є виявлення специфіки мотивації вступу до закладів вищої освіти серед студентів-першокурсників м. Чернігова.

Відповідно до поставленої мети нами були визначені **основні завдання дослідження**:

1. Теоретичний аналіз мотиваційної сфери особистості, особливостей мотиваційної сфери юнацького віку та мотивації вступу студентської молоді до ЗВО.
2. Підготовка та організація емпіричного дослідження мотивації вступу до ЗВО чернігівських першокурсників.
3. Статистичний та якісний аналіз результатів дослідження.
4. Практичне впровадження отриманих результатів.

**Теоретико-методологічною основою** дослідження стали концептуальні положення мотивації вступу до ЗВО таких дослідників: С. Григор'єва, О. Єсіпова, С. Ісаєнко, Л. Кондратенко, А. Соколов та інші.

**Методи дослідження**: теоретичні (аналіз, класифікація, узагальнення); емпіричні (анкетування), математико-статистичні (обчислення середніх статистичних значень та стандартних відхилень).

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів (теоретичного та емпіричного), висновків, списку використаних джерел (31 найменування) та додатків. У першому розділі здійснено теоретико-методологічний аналіз проблеми мотивації вступу до закладу вищої освіти. Розкрито сутність мотиваційної сфери особистості, особливості її становлення у юнацькому віці, а також проаналізовано основні підходи до вивчення мотивів вибору ЗВО сучасною молоддю. У другому розділі представлено результати емпіричного дослідження мотивації вступу до ЗВО чернігівських першокурсників, а також можливості практичного застосування отриманих даних. Загальний обсяг роботи становить 58 сторінок.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ МОТИВАЦІЇ ВСТУПУ ДО ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

### **1.1. Мотиваційна сфера особистості**

Психічні процеси протікають у тісному взаємозв'язку з потребами особистості. Для людини виникнення певного образу поведінки, його стійкість та тривалість, а також його направленість, установка на події, що наближаються, цілісність певного поведінкового акту потребує визначеного мотиваційного обґрунтування. Людські потреби суб'єктивно відчуються особистістю як прагнення, потяг або ж бажання. Такі переживання певним чином регулюють діяльність людини, послаблюють її або, навпаки, стимулюють, обумовлюючись відповідно задоволенням потреб або їх виникненням.

Для усвідомлення потреби необхідні образи, які втілюють відповідні ситуації чи об'єкти, завдяки яким подібні потреби були задоволені в минулому. Такі образи провокують передбачення переживань задоволення потреби, що в свою чергу спонукають до дій.

Образи, які демонструють об'єкт задоволення потреб та спонукають особу до певної діяльності аби задовольнити ці потреби, називають мотивами. Тобто, мотив – психологічна форма існування потреби та спосіб її прояву. Мотив – це стійка властивість особистості, що включає в себе як потреби, так і наміри певної дії та спонукання до неї. Інакше кажучи, мотив є реальним прагненням особистості, що виникаючи у людській свідомості провокує особу до діяльності, спрямовуючи її на задоволення потреби. Мотив також є відображенням власне потреби, яке є об'єктивною закономірністю та необхідністю, адже потреби важливі як безпосереднє джерело активності людини. Регуляція поведінки людини в соціумі, визначення спрямованості мисленнєвої та емоційно-вольової сфери особистості, – все це обумовлене саме наявністю потреб [21].

Мотивом також часто називають причину, яка визначає не лише вибір вчинків та дій, а і сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, які провокують активність особистості. Оскільки мотиви є усвідомленою потребою особистості в досягненні визначених цілей та бажань, вони охарактеризовують особу як суб'єкта певної діяльності [19].

Мотив, в свою чергу, має дві важливі характеристики: сила та стійкість.

Сила мотиву виступає індикатором неподоланного прагнення особистості та визначається за глибиною та мірою усвідомлення потреби і, власне, мотиву. Сила обумовлюється психічними чинниками, до яких відносять знання результатів діяльності, простір для творчості і розуміння сенсу діяльності. Також сила мотиву визначається фізіологічним чинником, яким є сила мотиваційного збудження [31].

Стійкість мотиву оцінюють за впливом на поведінку особистості в складних обставинах, його наявністю в різних видах діяльності та по його збереженню в тривалому проміжку часу [14].

Щодо функцій мотиву, дослідники виділяють спонукаючу, спрямовуючу та регулюючу. Спонукаюча функція визначає характер мотиву, викликає та обумовлює активність особистості, її діяльність та поведінку. Спрямовуюча функція демонструє направленість мотиву на визначений об'єкт, а також вибір та втілення певної лінії поведінки. Регулююча функція обумовлює характер діяльності особистості.

Мотиви можна класифікувати за їхніми функціями та характеристиками. Вони можуть бути усвідомлені та неусвідомлені і відрізняються за рівнем усвідомленості того, що спонукає людину до діяльності. Неусвідомлені мотиви мають вияв у несвідомих потягах, установках, схильностях чи бажаннях. Усвідомлені мотиви, в свою чергу, проявляються в свідомих інтересах, ідеалах, переконаннях та світогляді [22].

Класифікація мотивів також виділяє: матеріальні та духовні мотиви, економічні, соціальні та ідеологічні мотиви, тощо. В ієрархії мотивів виділяють домінуючі та периферійні мотиви, а також провідні або другорядні, тощо.

Крім того, дослідники виділяють біологічні мотиви (потяги та бажання), що зазвичай визначаються біологічними потребами особи, та соціальні мотиви, якими є інтереси, ідеали та переконання особистості, які відіграють особливу роль для життєдіяльності людини в соціумі.

Існують також мотиви, що класифікуються за своїм спрямуванням. Серед них:

1. Мотив досягнення. Це стійка потреба людини в досягненні найвищого результату своєї діяльності. Даний мотив обумовлює орієнтацію особистості на успіх, проте не скеровуючи її на високий ступінь ризику. Мотив досягнення був виділений Г. Мюрреєм, проте згодом був диференційований на мотив досягнення успіхів та мотив уникнення невдач [12].

2. Мотив уникнення невдач. Цей мотив демонструє прагнення людини обирати легкі для себе цілі, які можуть однозначно гарантувати успіх особистості в обраному виді діяльності.

3. Мотив афіліації. Даний мотив спонукає особистість перебувати в соціумі, встановлювати близькі емоційні стосунки з іншими людьми. Мотив афіліації тісно пов'язаний з потребою схвалення діяльності людини оточуючими, а також з прагненням до самоствердження.

4. Мотив відштовхування є протилежним до мотиву афіліації. Цей мотив характеризує страх бути відторгнутим або знехтуваним іншими членами соціуму, що тягне за собою замкнутість особистості, її невпевненість та скутість.

5. Мотив влади. Його визначають як прагнення особистості до збільшення потенціалу свого впливу, який виражається в провокуванні інших осіб на вчинки, які відповідають її інтересам та потребам [7].

Дослідники також визначають функціональні та предметні мотиви. Функціональні мотиви пов'язують з певними видами діяльності, як-от професійною або навчальною. Предметними мотивами називають стійкими мотивами особистості, адже вони виявляються в будь-яких видах діяльності та обумовлюють своєрідність поведінки особистості.

В психології виділяють поняття «мотивація», яке пов'язане з поняттям «мотив», однак не є синонімічним до нього. В різних джерелах мотивацію визначають, по-перше, як сукупність стимулів, які викликають активність індивіда, по-друге, як процес формування мотивів та характеристику процесу, що стимулює та підтримує діяльну активність особистості [12]. Мотивацією називають динамічний психофізіологічний процес, що керує поведінкою людини, визначає її спрямованість, організованість, стійкість та активність, і здатність особистості задовольняти власні потреби. Це внутрішній стимул до дій для досягнення певної мети або ж задоволення потреб.

Дослідники виділяють кілька видів мотивації: внутрішня та зовнішня мотивація, позитивна або негативна мотивація, стійка та нестійка мотивація. Зовнішня або екстринсивна мотивація не пов'язана зі змістом певної діяльності, але обумовлюється зовнішніми для суб'єкта обставинами. Внутрішня або інтринсивна мотивація пов'язується зі змістом самої діяльності особистості, а не із зовнішніми обставинами.

Позитивний та негативний вид мотивації визначається завдяки її заснованості на позитивних або негативних стимулах. Стійка та нестійка мотивація визначається за необхідністю її підкріплення додатковими стимулами.

Існує багато підходів до вивчення мотивації та розуміння її природи. З. Фрейд і У. Мак-Даугалл намагалися пояснити мотивацію людської поведінки через вроджені інстинкти. У теорії Фрейда було два основних інстинкти: інстинкт життя та інстинкт смерті (ерос та танатос). Макдауелл запропонував десять інстинктів: інстинкт винахідництва, будівництва, цікавості, втечі, стадності, забіякуватості, репродуктивний (батьківський) інстинкт, відрази, самоприниження і самоствердження [27].

Проте обидва поняття – «інстинкт» і «потреба» – мали суттєвий недолік: їх використання не враховувало психологічні когнітивні фактори, пов'язані з свідомістю та психічними станами організму. Тому ці поняття були замінені на поняття потягу. Потяг – це прагнення організму до певного результату, який

суб'єктивно сприймається як мета, очікування або намір, що супроводжується емоційними переживаннями [16].

Найпоширенішою концепцією природи мотивації вважається гуманістичний підхід, який уособлює А. Маслоу. Розглянемо його детальніше.

Найфундаментальнішою тезою гуманістичного підходу є твердження, що кожному особистості необхідно розглядати як унікальне єдине ціле. Деструктивні мотиви в особистості тут є наслідком фрустрації або незадоволення базових потреб, проте аж ніяк не спадкових недоліків. А. Маслоу розділив мотиваційну сферу на 5 рівнів та назвав їх «ієрархія потреб». Серед них:

1. Фізіологічні потреби (голод, спрага, розмноження, тощо)
2. Потреби в безпеці (безпека та захист від фізичних і психічних стресів)
3. Соціальні потреби (приналежність, прихильність, дружба, любов)
4. Потреба в повазі та самоповазі (почуття власної гідності, автономії, статус, увага, визнання)
5. Потреба в самоактуалізації (необхідність реалізації власного потенціалу та самореалізації) [11].

Мотиваційну сферу особистості дослідник розділив на дві підсистеми. Першу він назвав дефіцитарною, оскільки вона пов'язується з заміщенням дефіциту внутрішніх ресурсів, а також з розширенням досвіду та вдосконаленням власних можливостей особистості. Другу підсистему А. Маслоу назвав метамотивація, адже розглядав її сукупно з цінностями певної особистості [11].

Наступною розглянемо теорію Д. Макклеланда щодо мотивації досягнення успіхів. Згідно цієї теорії будь-яка діяльність, направлена на успіх, пов'язується або з мотивом досягнення успіху, або з мотивом уникання невдач. Проте поведінка особистості, яка має мотив на досягнення успіху, дещо відрізняється від поведінки особистості, яка має мотив уникнення невдач. Наприклад, перші після невдачі мобілізуються та часто досягають цілей, вищих за їхні очікування, а другі – фруструються та зневірюються [17].

Згідно з Д. МакКлелландом, основними мотиваційними потребами людини є такі: потреба у владі, потреба в досягненні успіху та потреба в приналежності. Усі ці потреби є вторинними. Дослідник вважав, що задоволення первинних потреб, таких як фізіологічні потреби та потреби у безпеці і захищеності, не мають значного впливу на поведінку працівника, оскільки вони досягаються автоматично [17].

Потреба у владі є однією з основних, і вона полягає в здатності здійснювати вплив не лише через особисті дії, а й через організацію та ініціативу інших людей. Це також пов'язано з визнанням особистості, її інтелекту, логіки, ціннісних орієнтацій, авторитету та впливу. Важливим аспектом є і прагнення до змагання, коли для людини важливо, щоб саме її точка зору, ідеї та рішення виявлялися найкращими. Однак, ймовірно, найважливіше в тому, що влада надає можливість керувати додатковими ресурсами: людьми, їх бажаннями, енергією, потенціалом, фінансами, матеріальними та технічними засобами, інформацією, зв'язками тощо.

Не менш значущою для людини є потреба в успіху. Успіх сприяє не тільки повазі оточуючих, але й зміцненню самоповаги, що можна порівняти з ієрархією потреб А. Маслоу. Досягнуті успіхи свідчать про виконання завдань і досягнення поставлених цілей. Важливо, що людині часто важливе не лише офіційне визнання успіху, але й сам процес його досягнення.

Третя потреба – потреба в причетності – відповідає соціальним потребам за ієрархією А. Маслоу [16].

В контексті підходів до вивчення мотиваційної сфери варто згадати представників когнітивного та біхевіорального підходів. Серед робіт дослідників-когнітивістів широко розвинена теорія мотивації досягнень. Особлива увага в дослідженнях приділяється комплексним когнітивно-афективним процесам, адже, на думку науковців, вони є основою мотивації та здійснюють безпосередній вплив на продуктивність діяльності. Мотивація досягнень розглядається в двох основних аспектах:

- 1) утворенням, яке рівномірно розподіляється на різноманітні види діяльності, метою яких є визначені особистістю досягнення;
- 2) ситуаційним конструктом, що залежить від певної сфери діяльності особи [8].

Представники біхевіоризму у своїх працях визначають мотивацію як когнітивно-афективний процес, який направлений на стимулювання та підкріплення поведінки. Згідно з теорією біхевіоризму, поведінка людини визначається не внутрішніми психічними процесами, а зовнішніми механічними впливами на основі принципу «стимул – реакція».

У біхевіористичних теоріях основна увага приділяється впливу на поведінку через підкріплення позитивних результатів (нагороди, заохочення) і гальмування негативних наслідків (покарання) після виконання певної дії. Важливим для біхевіоризму є відкриття Е. Торндайка, який відмітив закономірність, що отримала назву «ефект Торндайка»: поведінка, що приводить до позитивних результатів, закріплюється і має тенденцію до повторення, тоді як негативні наслідки призводять до припинення такої поведінки. Важливим фактором у регулюванні поведінки є зовнішнє підкріплення. Застосування цієї теорії в педагогіці та в повсякденному житті полягає в систематичному підкріпленні бажаної поведінки (оцінки, бонуси, модульні системи тощо) та гальмуванні небажаної (покарання). Особливо важливо зазначити, що ці системи орієнтовані на підкріплення малоохоплюючої і неприязної поведінки, яку людина не буде виконувати за власним бажанням. У такому випадку людина стає маніпульованою, виконуючи дії через зовнішнє підкріплення [23].

Іншою теорією зовнішньої мотивації є теорія сподівань та інструментальності В. Врума. Теорія сподівань припускає, що людина буде працювати для досягнення певної мети тільки тоді, коли вона впевнена, що задоволення її потреб або досягнення цілі можливе. Мотивація визначається через фактор сподівань, таких як «витрати праці для досягнення результату» та «результати – винагорода», а також валентності (ступінь задоволення від

отриманої винагороди). Мотивація знижується, якщо ймовірність успіху чи оцінка винагороди є низькою [16].

Аналізуючи роботи дослідників, варто зазначити, що особливу роль відіграє А. Бандура зі своєю соціально-когнітивною теорією. Науковець описує психіку людини як безперервну взаємодію трьох факторів: когнітивних факторів, факторів навколишнього середовища та поведінкових факторів. Взаємний детермінізм даних факторів обумовлюється постійною взаємодією особистості з соціумом. Проте, як вказує дослідник, оточення здійснює не вирішальний вплив на поведінку людини, адже людина може впливати на свою поведінку. А. Бандура, представник соціального біхевіоризму, у своїй теорії підкреслював значення соціального навчання, наслідування та самоефективності як ключових чинників формування мотивації й поведінки особистості. Згідно з Бандурою, людиною керує не лише зовнішній стимул, але й самосвідомість, що визначає її внутрішню мотивацію. А. Бандура також запропонував концепцію самоефективності, яку він визначив судженням людини про власні здібності організації та виконання дій, що є необхідним чинником в досягненні визначеної особистістю мети. Самоефективність, на думку дослідника, є центральною детермінантою поведінки особистості. Самоефективність, як конструкт, оцінюється особистістю з позиції спостережень за досягненнями інших, досвіду своїх досягнень, декларованих переконань та емоційно-фізіологічних переживань[5].

Г. Мюррей, в свою чергу, визначив 36 потреб та відповідні рушійні умови, які назвав «тиском». Серед потреб, названих дослідником, є потреби у: досягненні, повазі, спілкуванні, порядку, приверненні до себе уваги, незалежності, захисті, сприянні, внутрішньому аналізі, допомоги, домінуванні, приниженні, турботі, зміні, терпінні, сексі, агресії, грі [28]. Мотив, на думку Г. Мюррея, є стійкою диспозицією особистості. Проте також науковець вказував, що поведінка людини здебільшого пояснюється особистими та ситуативними факторами. Особистими факторами він називав власне стан потреби, а ситуативними – «тиск» ситуації, в якій безпосередньо перебуває людина. Тобто механізм мотиву пояснюється таким

чином: «тиск» визначає актуальну потребу, яка в свою чергу віднаходить відповідний «тиск». Цей процес дослідник назвав «тема» [20].

Підсумовуючи, зазначимо, що мотивація – це динамічний психофізіологічний процес, що керує поведінкою людини, визначає її спрямованість, організованість, стійкість, активність, здатність особистості задовольняти власні потреби. Мотив – це стійка властивість особистості, що включає в себе як потреби, так і наміри певної дії та спонукання до неї. Мотиви можна класифікувати як: усвідомлені та неусвідомлені, матеріальні та духовні мотиви, економічні, соціальні та ідеологічні мотиви, біологічні та соціальні мотиви. В ієрархії мотивів виділяють домінуючі та периферійні мотиви, а також провідні або другорядні, тощо. Крім того виділяються такі мотиви: мотив досягнення, мотив уникнення, мотив афіліації, мотив відштовхування, мотив влади. На сьогоднішній день проблема мотивації вивчається в межах різних методологічних напрямів, зокрема гуманістичного, біхевіористичного, психоаналітичного тощо.

## **1.2. Специфіка мотиваційної сфери юнацького віку**

Для формування мотиваційної сфери особистості важливу роль відіграє юнацький вік. Віковим періодом юнацтва здебільшого дослідники визначають проміжок 15-21 років. Юнацький вік уособлює перехід особистості до соціальної зрілості [15]. Становлення самоідентичності та визначення власного життєвого шляху є центральним завданням юнацького віку, що в свою чергу є базисом спрямованості майбутнього особистості [1].

Перш за все, варто відмітити активний розвиток абстрактно-логічного мислення, який тягне за собою розвиток інтелектуальних здібностей та, відповідно, мотивації пізнання. Також спостерігається розвиток формально-логічних образів мислення, зростання об'єму, інтенсивності та здатності до

переключення уваги. Крім того, увага набуває більш довільного характеру та стає більш залежною від інтересів особистості [15].

Юнацький вік дослідники здебільшого характеризують активним розвитком творчих здібностей, що сприяє прагненню до створення чогось нового, а не лише засвоєння інформації. Накопичення знань та умінь, зміна певних якостей мислення, формування індивідуального стилю інтелектуальної діяльності – все це характеризує розумовий розвиток юнаків [25].

Розвитку також набуває здатність до самоаналізу, потреба в систематизації та узагальненні знань про власну особистість, що в свою чергу стимулює прагнення з'ясувати деталі власного характеру, почуттів, дій та вчинків. Цей процес актуалізує необхідність самовиховання, внаслідок чого зростає рівень домагань [29].

Особливості інтелектуального та фізичного розвитку особистості в юнацькому віці є системоутворюючими чинниками для становлення мотиваційної сфери особистості, зокрема її компонентного рівня організації. Для цього рівня організації в період юнацтва мотив визначається як усвідомлена потреба. Оскільки в юнацькому віці особа досягає фізіологічної зрілості та завершується процес статевого дозрівання з усіма його новоутвореннями, суттєвих змін зазнають як ціннісні орієнтації особистості, так і інтереси, мотиви та потреби [29].

Юнацький вік також характеризується завершенням розвитку онтогенетичних механізмів, що в свою чергу є передумовою становлення актуальних когнітивних та соціальних потреб. Це, наприклад, прагнення самореалізації людини як особистості в змінених соціальних умовах. До того ж, для юнацького віку характерне становлення власної індивідуальності особистості, адже каталізатором виступає розвиток логічного мислення. Внаслідок цього розвитку встановлюється індивідуальний стиль інтелектуальної діяльності, що є чинником розвитку критичної оцінки власних досягнень та можливостей [29].

Також для юнаків характерний високий рівень мотивації досягнень, потреба у самовизнанні та прагнення проявити себе як повноцінного члена суспільства. До

того ж в мотиваційну сферу додається потреба у високій соціальній оцінці, потреба в повазі, потреба досягнення успіху в різноманітних видах діяльності [26].

Мотиваційна сфера юнаків також потребує відповідної соціальної ситуації розвитку, а також провідної діяльності, спілкування та установок, що забезпечує активність особистості. Навчальна діяльність в юнацькому віці змінює свою значимість, адже юнаки краще усвідомлюють власні можливості та необхідність влаштувати власне майбутнє [10]. Зростає інтерес до навчання, саме ставлення до навчання характеризується усвідомленістю, акцентується увага на вивчення предметів, які особистість вважає необхідними для майбутнього життя. Саме завдяки цим змінам мотиваційна сфера переструктурується, центральну роль починають відігравати мотиви, обумовлені необхідністю підготовки до самостійного життя та усвідомлення власного життєвого сенсу. Навчально-професійна діяльність в цьому віці задовольняє особистісні потреби, які є необхідною основою для майбутнього [13].

Період юнацтва зазвичай характеризується зростанням успішності навчання. Самовизначення в особистісному та соціальному аспектах є центральним новоутворенням цього віку. Також в юнацькому віці спостерігається активний розвиток самосвідомості, що тягне за собою здатність до аналізу власних мотивів та поведінки з її недоліками. Крім того, з'являються особисті прийоми саморегуляції, що сприяють оволодінню саморефлексією, яка необхідна для адаптації в дорослому житті. Для адаптації в дорослому житті важливим ще є становлення світогляду та формування внутрішньої позиції як основа для вибору життєвого шляху [29].

Системний рівень організації мотиваційної сфери набуває бурхливого розвитку. Активно формуються як життєві цінності та ідеали, так і нові механізми мотивації. Позиція світогляду з егоцентричної трансформується в соціально-центричну завдяки оновленням образу світу, образу суспільства, та самооцінки. В свою чергу, мотиваційні компоненти стимулюють формування таких здібностей:

- 1) стабілізація морального кодексу співіснування в соціумі;

- 2) встановлення єдиних вимог до себе та інших;
- 3) орієнтування діяльності на кінцевий результат та методів, спрямованих на його досягнення;
- 4) ототожнювання себе власній особистості у часовій перспективі;
- 5) здатність помічати та враховувати потреби оточення [2].

Кардинальна зміна майбутніх планів особистості обумовлена побудовою реального образу світу. Власне, структура планів на життя зосереджується на трьох базових запитаннях: ким бути? яким бути? що для цього необхідно? [30].

Критерії, за якими особи юнацького віку обирають професії, можуть бути різними: здібності, інтереси, система цінностей, ідеали, – через це виникає необхідність вирішення труднощів при об'єднанні різних або протилежних критеріїв. Так само неабиякий вплив на вибір професії здійснюють сімейні проблеми, доєднання до юнацьких субкультур, низький рівень успішності тощо [29].

Для юнацтва характерне створення автономної системи цінностей, особистісних смислів та переконань. Умови для активізації цього процесу створює, по-перше, становлення диференційованої самооцінки та, по-друге, вибір власного життєвого шляху. Дослідники, в своїй більшості, погоджуються з думкою щодо самовизначення, адже воно вважається центральним новоутворенням юнацького віку. Самовизначення передбачає формування власної картини світу та розвиток власної життєвої позиції щодо свого оточення. Період юнацтва, таким чином, характеризується як вік формування світогляду, усвідомлення власних здібностей та побудови професійних перспектив [3].

Отже, мотиваційна сфера особистості зазнає суттєвих змін в період юнацького віку завдяки формуванню важливих новоутворень та активному розвитку психічних процесів і самосвідомості. З юнацтвом тісно пов'язані: зміна внутрішньої позиції, самоідентичність, вибір майбутньої професії та становлення визначеності у майбутньому. Стабілізуються та усвідомлюються власні ціннісні

орієнтації, ідеали, картина світу, згідно яким особистість вибудовує життєвий план в особистому та професійному житті.

Усвідомлення власної системи ціннісних орієнтацій гарантує певну кристалізацію особистості як цілісного утворення, гармонізує її та забезпечує емоційну стабільність. Мотиваційна сфера, в свою чергу, відіграє важливу роль в формуванні таких здібностей як створення морального кодексу у взаємодії з соціумом, встановленні однакового рівня домагань до себе та оточення, прагненні до досягнення високих результатів, ототожнюванні «Я-реального» та «Я-ідеального» в перспективі, а також здатності помічати та зважати на потреби оточення.

### **1.3. Мотивація вступу молоді до ЗВО**

Аналізуючи різні підходи до вивчення мотиваційної сфери загалом, розвитку її в юнацькому віці, а також в контексті нашої роботи ми вирішили розглянути дослідження вітчизняних науковців щодо мотивації вступу молоді до ЗВО серед наступних галузей: психології, соціології, педагогіки та менеджменту.

Дослідження науковців Інституту психології імені Г. С. Костюка, проведене у 2020 році, демонструє різновекторне спрямування мотивів старшокласників при вступі до ЗВО. Тобто, не існує достовірної тенденції мотивації до навчання у закладі вищої освіти. Утім, дослідники акцентують на індивідуальності мотивації до навчання. Серед статистично достовірних показників мотивації дослідники виділили тривогу в ставленні до майбутнього та орієнтацію на потрібний або цікавий матеріал. Щодо зовнішньої мотивації, науковці виокремили кілька аспектів її формування: тиск батьків, результат складання зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО), перспективи зарахування до ЗВО. Така мотивація не є продуктивною, на думку дослідників, адже вона вступає в конфлікт з актуальними потребами та намірами старшокласника. Також в дослідженні

вказується на наявність сучасного фактора контрпродуктивної мотивації – Інтернету. Цей фактор часто переносить юнака в віртуальну реальність, що тягне за собою втрату зв'язку з актуальною реальністю, внаслідок чого майбутнє проектується лише в середовищі віртуального світу. Проте, така проекція з часом руйнується та призводить до фрустрації і подальшої переорієнтації в умовах реального світу. Зміна особистісної та професійної орієнтації в сучасному світі створює перешкоди для перспектив досягнення успіху в житті [18].

Як показує дослідження Інституту психології імені Г.С. Костюка, сучасні одинадцятикласники здебільшого не зовсім усвідомлюють необхідність визначення життєвого шляху; ставляться до закінчення школи як до звичайної зміни навчального закладу, а не як до вступу в доросле життя. Орієнтація на «модні» професії, стереотип «легкого збагачення» та «швидкого успіху», переоцінка власних можливостей, а також прагнення передусім «престижності» при виборі вищого навчального закладу, – все це мотиви вступу до закладу вищої освіти, які є непродуктивними та не гарантують подальшої самореалізації особистості [18].

Дослідження мотивації студентів-інженерів у Національному університеті Національної гвардії України (2019 р.) підтверджує вищевказану проблему з невизначеністю професійної орієнтації молоді. Адже дослідники відмічають, що більшість інженерів-педагогів були розчаровані вибором своєї професії через те, що при вступі керувалися зовнішніми факторами мотивації, якими були: рекомендації батьків або знайомих, недостатня інформованість про майбутню професію, тощо. Результатом цього є низька мотивація вивчення саме педагогічних дисциплін, проте мотивація у вивченні комп'ютерно-інженерних дисциплін збереглася на достатньому рівні, адже підкріплюється великим ринком праці та високим рівнем оплати праці [6].

Також привертає увагу дослідження мотивації вступу молоді до ЗВО, яке проводилося 2017 року у Запорізькому Національному технічному університеті на кафедрі управління персоналом та економіки праці. Серед основних джерел

інформації про майбутній навчальний заклад виявилися відгуки родичів та знайомих і Інтернет-сторінки власне закладу. Поширеними джерелами інформації виявилися профорієнтаційна робота викладачів, дні відкритих дверей у ЗВО, а найменш поширеними виявилися рекламні буклети та інформація із ЗМІ. Серед мотивів вступу до закладу вищої освіти, запропонованих дослідниками, були: рекомендації знайомих або друзів, популярність власне ЗВО, наявність дистанційного навчання, можливість проживання в гуртожитку, військова кафедра, вартість навчання, бюджетні місця та інші [24].

Дослідники розподіляють результати за важливістю та об'єднують в три групи мотивів: важливі, середньо важливі та менш важливі. Серед важливих мотивів виділяються державність ЗВО, вартість навчання та бюджетні місця у ЗВО; до мотивів середньої важливості відносять популярність ЗВО, наявність у ньому гуртожитку та військової кафедри, рекомендації знайомих. Решту мотивів дослідники визначають як найменш важливі. Науковці також відмічають різницю між хлопцями та дівчатами у ієрархії мотивів: перші більш-менш рівномірно розподіляють мотиви, а другі чітко визначають важливі та не важливі мотиви про виборі ЗВО. Крім мотивів вибору ЗВО дослідники проаналізували мотиви у виборі власне майбутньої спеціальності. Найвпливовішими чинниками при виборі професії виявилися: особистий інтерес до спеціальності, престижність професії, перспективи влаштування на роботу та вибір відповідних предметів при складанні ЗНО. Вплив на вибір спеціальності також здійснюють рекомендації та позитивні відгуки батьків, родичів і знайомих, менший вплив мають реклама професії та рекомендації педагогів. Також відмічається, що респонденти обирали відповідь «все одно куди вступати» [24].

Цікавим для нашого теоретичного аналізу є дослідження, проведене у Державному університеті інфраструктури та технологій у 2018 році. Науковці визначали мотиви, що превалюють при виборі майбутньої професії інженера. Серед них: «бажання бути інженером», «бажання мати улюблену професію», «бажання мати вищу освіту», «бажання мати престижну професію», «бажання

мати розповсюджену професію», «бажання заробляти багато грошей», «бажання батьків, щоб я тут навчався», «бажання уникнути служби в армії», «бажання мати нових друзів». До мотивів свідомого вибору професії дослідники віднесли мотиви: «бажання бути інженером», «бажання мати улюблену професію», «бажання мати вищу освіту». До мотивів, що свідчать про недостатню усвідомленість вибору відносять: «бажання мати престижну професію», «бажання заробляти багато грошей», «бажання мати популярну професію». До мотивів несвідомого вибору спеціальності дослідники віднесли: «бажання батьків», «бажання мати нових друзів», «бажання уникнути служби в армії», «мені однаково де вчитися». Найчастішим мотивом у виборі професії виявилися «бажання бути інженером», «бажання мати вищу освіту», «бажання мати престижну професію» [9].

Враховуючи поперечні зрізи дослідження, науковці помітили тенденцію превалювання свідомого вибору в крайньому дослідженні порівняно з попередніми роками, а також зростання кількості абітурієнтів з байдужим ставленням до спеціальності та обраного ЗВО. Проте, з роками збереглася тенденція несвідомого вибору майбутньої спеціальності. Аргументом цієї тенденції дослідники вважають превалюючі показники мотиву «бажання мати великі гроші» серед абітурієнтів, що вступають на спеціальності, пов'язані з ІТ. У виявленні та подоланні таких тенденцій, як вважають науковці, є найбільш актуальними для вирішення проблем розвитку системи вищої освіти в Україні. Також, на думку дослідників, майбутнім спеціалістам не вистачає ініціативності, самостійності та творчості [9].

На підставі узагальнення досліджень можна сформулювати наступні загальні тенденції мотивації вступу молоді до закладів вищої освіти.

Суттєва частка абітурієнтів керується зовнішніми стимулами: прагненням до престижу, високого заробітку, наявністю державних (бюджетних) місць, думкою батьків та знайомих. Водночас значна група вступників мотивована внутрішніми факторами: особистим інтересом до спеціальності, бажанням мати улюблену професію і здобути вищу освіту.

Основними інформаційними каналами є: відгуки рідних/знайомих, офіційні сторінки закладів в Інтернеті, профорієнтаційна робота викладачів та дні відкритих дверей. Рекламні буклети та ЗМІ зазвичай мають менший вплив.

Частина абітурієнтів робить вибір під впливом зовнішніх обставин (тиск батьків, мода на професії, обіцянки швидкого збагачення), що пов'язано з ризиком незадоволення навчанням і професійною реалізацією. Інтернет і віртуалізація досвіду виступають як фактори контрпродуктивної орієнтації для окремих молодих людей (усунення від реального планування майбутнього, ризик фрустрації).

Отже, узагальнена картина мотивів вступу до ЗВО є мультифакторальною: поряд із внутрішніми засадами (інтерес, покликання) значну роль відіграють зовнішні чинники (престиж, фінансова мотивація, вплив оточення). Ці тенденції підкреслюють важливість комплексних заходів – від удосконалення профорієнтаційної роботи до корекції інформаційного середовища – для підвищення усвідомленості вибору молоді та її подальшої успішної адаптації в закладі вищої освіти й на ринку праці.

## **Висновки до першого розділу**

В результаті проведеного теоретичного аналізу можна зробити наступні висновки:

1. Мотивацією називають динамічний психофізіологічний процес, що керує поведінкою людини, визначає її спрямованість, організованість, стійкість та активність, і здатність особистості задовольняти власні потреби. Це внутрішній стимул до дій для досягнення певної мети або ж задоволення потреб. Дослідники виділяють кілька видів мотивації: внутрішня та зовнішня мотивація, позитивна або негативна мотивація, стійка та нестійка мотивація. Мотив – це стійка властивість особистості, що включає в себе як потреби, так і наміри певної дії та

спонукання до неї. Мотиви можна класифікувати як: усвідомлені та неусвідомлені, матеріальні та духовні мотиви, економічні, соціальні та ідеологічні мотиви, біологічні та соціальні мотиви. В ієрархії мотивів виділяють домінуючі та периферійні мотиви, а також провідні або другорядні, тощо. Крім того виділяються такі мотиви: мотив досягнення, мотив уникнення, мотив афіліації, мотив відштовхування, мотив влади. Проблема мотивації вивчається в межах різних методологічних напрямів, зокрема гуманістичного, біхевіористичного, психоаналітичного тощо.

2. Мотиваційна сфера особистості у юнацькому віці має специфічні риси, пов'язані з особливостями цього етапу розвитку. Для неї характерне поєднання зовнішніх і внутрішніх мотивів, при чому внутрішня мотивація поступово починає домінувати, оскільки юнак орієнтується на власні цінності, ідеали та плани на майбутнє. Саме у цей період зростає роль пізнавальних і професійних мотивів, адже вибір майбутньої професії стає центральним завданням. Мотивація набуває більшої усвідомленості: юнаки починають критично оцінювати вплив батьків і оточення, прагнучи приймати самостійні рішення. Водночас мотиваційна сфера ще нестабільна – у ній поєднуються як стійкі орієнтації (напр., прагнення самореалізації), так і ситуативні впливи (мода, престижність, думка ровесників).

3. Дослідження мотивації вступу до закладів вищої освіти показують, що є значні відмінності у мотивах вибору між юнаками та дівчатами: дівчата більш чітко визначають важливість окремих чинників, тоді як хлопці розподіляють їх рівномірніше. Серед провідних мотивів виділяють державність ЗВО, вартість навчання та наявність бюджетних місць; менш значущими є популярність закладу, наявність гуртожитку чи військової кафедри, рекомендації знайомих. У структурі мотивів вибору спеціальності простежуються як свідомі (бажання здобути конкретну професію, отримати вищу освіту), так і несвідомі (престижність, вплив батьків, прагнення високого заробітку, уникнення служби в армії). Загалом виявляється тенденція до домінування зовнішньої мотивації.

## РОЗДІЛ 2. ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ МОТИВАЦІЇ ВСТУПУ ДО ЗВО ЧЕРНІГІВСЬКИХ ПЕРШОКУРСНИКІВ

### 2.1. Методика та процедура дослідження

Емпіричне дослідження мотивації вступу до закладу вищої освіти було проведено серед студентів першого курсу Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка. До вибірки увійшло 90 студентів-першокурсників віком від 17 до 18 років, які навчаються на денній формі навчання. Усі респонденти представляли два структурні підрозділи університету:

- 45 осіб – студенти Навчально-наукового інституту професійної освіти та технологій (далі – група А), спеціальностей: «Трудове навчання та технології», «Менеджмент (Управління бізнесом)», «Професійна освіта «Харчові технології».

- 45 осіб – студенти Навчально-наукового інституту психології та соціальної роботи (далі – група Б), а саме: спеціальності «Психологія», «Соціальна робота».

- Загалом вибірка була переважно жіночою і становила 72,2 % (65 осіб) та 27,8 % чоловічої статі (25 осіб). За групами це розподілилося таким чином:

Група Б: жінки – 43 особи, чоловіки – 2 особи.

Група А: жінки – 22 особи, чоловіки – 23 особи.

Такий дисбаланс вибірок за статтю можна пояснити специфікою навчання на вказаних спеціальностях.

За місцем проживання до вступу в університет респонденти розподілилися так:

40 % – мешканці м. Чернігова;

60 % – студенти, які прибули з районів Чернігівської області або інших регіонів України.

Для збору даних було використано авторську анкету (Додаток А), створену спеціально для дослідження мотивації вступу до закладу вищої освіти.

Опитування проводилося онлайн за допомогою Google Форми (<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdzuPfwIDPi3DVfzLF1V4OsHQyVM-pUX0ARszLbJCnKJPP3w/viewform?usp=dialog>), що забезпечило зручність доступу, анонімність відповідей і швидкість обробки результатів.

Анкета містила три основні змістові блоки, спрямовані на виявлення:

1. Мотивів вступу до закладу вищої освіти;
2. джерел інформації, які вплинули на вибір ЗВО;
3. мотивів вибору конкретного університету.

Перед початком заповнення форми кожному учаснику надавалася інструкція, у якій наголошувалося, що: участь є анонімною та добровільною; усі відповіді будуть використані лише з науковою метою; немає «правильних» або «неправильних» варіантів – важлива лише щирість відповідей.

Структура анкети:

1. Соціально-демографічний блок: вік, стать, місце проживання до вступу (Чернігів / за межами Чернігова), спеціальність.

2. Перший блок – мотиви вступу до закладу вищої освіти. Респондентам пропонувалося оцінити дев'ять можливих мотивів (наприклад, бажання отримати якісну професійну підготовку, уникнути служби в армії, поради батьків, випадковий вибір тощо) за 7-бальною шкалою, де 1 – мінімальний рівень вираженості, а 7 – максимальний.

3. Другий блок – значущість джерел інформації про університет. Студенти оцінювали вплив різних джерел (мас-медіа, соціальні мережі, сайт університету, друзі, вчителі, батьки, профорієнтаційні заходи тощо) за тією ж 7-бальною шкалою.

4. Третій блок – мотиви вибору конкретного університету. Цей розділ містив 18 тверджень, серед яких: престижність ЗВО, наявність бажаної спеціальності, розмір оплати, зручність розташування, наявність гуртожитку, традиції родини тощо. Оцінювання здійснювалося за 7-бальною шкалою.

Опитування проводилося в онлайн-форматі упродовж вересня-жовтня 2025

року. Посилання на Google Форму надсилалося студентам через групові чати (у месенджерах та навчальних платформах). Респонденти мали змогу заповнити анкету у зручний для них час. Тривалість заповнення форми становила близько 7-10 хвилин.

Отримані емпіричні дані підлягали кількісному та якісному аналізу, результати якого подано у наступному підрозділі.

## 2.2. Отримані результати та їхній аналіз

З метою виявлення провідних мотивів вступу до закладу вищої освіти серед першокурсників Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка було проведено опитування за 7-бальною шкалою. Отримані результати дали змогу визначити групи мотивів різного рівня вираженості та простежити спільні й відмінні тенденції у двох вибірках: студентів професійної освіти (група А) та студентів гуманітарних спеціальностей (група Б).

Таблиця 2.1.

### Середні показники мотивів вступу до ЗВО серед студентів-першокурсників

№	Мотив вступу до ЗВО	Група А (n=45)	Група Б (n=45)
1	Отримати гарну підготовку в певній професійній сфері	6,3 ± 0,8	6,6 ± 0,6
2	Отримати диплом про вищу освіту	5,8 ± 1,1	6,0 ± 1,0
3	Підвищити культурно-інтелектуальний рівень	5,4 ± 1,2	6,3 ± 0,7
4	Уникнути служби в армії	2,1 ± 1,3	1,7 ± 1,1
5	Стати самостійним	5,6 ± 1,0	5,9 ± 0,9
6	Знайти нових друзів	4,8 ± 1,2	5,5 ± 1,0
7	За наполяганням/порадою батьків	3,2 ± 1,6	3,0 ± 1,5
8	За компанію з другом/подругою	2,4 ± 1,4	2,0 ± 1,2
9	Обрав випадково, не задумуючись	1,9 ± 1,1	1,5 ± 0,9

До найбільш виражених мотивів вступу належать прагнення отримати якісну професійну підготовку, здобути диплом про вищу освіту, підвищити культурно-інтелектуальний рівень, а також бажання стати самостійним. Усі ці мотиви отримали високі оцінки як у студентів професійної освіти, так і у студентів гуманітарних спеціальностей, що може свідчити про переважання внутрішньої мотивації вступу до ЗВО серед досліджуваних першокурсників.

У студентів групи Б ці мотиви виявилися навіть дещо більш вираженими, ніж у іншій групі. Найпомітніше це простежується у мотиві підвищення культурно-інтелектуального рівня (6,3). На наш погляд, це може бути пов'язано зі специфікою гуманітарної підготовки, яка передбачає підвищений інтерес до самопізнання, рефлексії та особистісного розвитку. Для студентів технічного напрямку цей мотив також має велике значення, але, можливо, вони більше орієнтуються на набуття практичних навичок у професії.

Мотив стати самостійним має високі значення в обох групах (5,6 та 5,9), без суттєвих відмінностей, що є характерним для юнацького віку та може бути пов'язано з бажанням перейти до більш автономного стилю життя.

До мотивів, що мають значення у діапазоні «високі» та «вище середнього», належить прагнення знайти нових друзів. Цей мотив виявився на високому рівні серед студентів гуманітарних спеціальностей (5,5) та вище середнього (4,8) серед студентів професійної освіти. Така різниця може бути зумовлена тим, що професія психолога та соціального педагога передбачає активну соціальну взаємодію, розвиток комунікативних навичок та міжособистісного контакту, що робить соціальні мотиви більш актуальними для цієї групи.

До найменш виражених мотивів належать уникнення служби в армії, вплив батьківських порад, вступ «за компанію» та випадковий вибір закладу. Усі вони перебувають у низькому або нижчому за середній діапазоні. Такі результати можуть свідчити про те, що для більшості респондентів зовнішні й ситуаційні фактори не були провідними при виборі ЗВО.

Надзвичайно низький рівень мотиву уникнення служби в армії особливо

характерний для групи Б (1,7), що, на нашу думку, може бути пов'язано з майже повною жіночою вибіркою в цій групі. У групі А цей мотив також низький (2,1), що може вказувати на те, що студенти радше розглядають навчання як можливість розвитку, а не як спосіб уникнення альтернативних зобов'язань.

Низькі оцінки мотивів «за компанію з другом/подругою» та «обрав випадково, не задумуючись» свідчать про те, що більшість студентів з обох груп здійснили усвідомлений та автономний вибір щодо вступу.

Показники стандартного відхилення було проаналізовано окремо у двох групах з метою виявлення мотивів, які оцінювалися найбільш або найменш однотайно.

Найнижчі значення стандартного відхилення у групі Б спостерігаються за мотивами отримання професійної підготовки ( $\pm 0,6$ ) та підвищення культурно-інтелектуального рівня ( $\pm 0,7$ ). Це, найімовірніше, пов'язано з тим, що гуманітарні спеціальності приваблюють осіб із подібними цінностями та освітніми очікуваннями – орієнтацією на професійну компетентність, інтелектуальний розвиток і культурну самореалізацію. У результаті їхні оцінки важливості цих мотивів майже не різняться.

Найвищі значення стандартного відхилення виявлені за мотивами вступу за порадою батьків ( $\pm 1,5$ ) та за компанію ( $\pm 1,2$ ). Це може вказувати на різну міру залежності студентів від зовнішніх чинників при виборі освітнього маршруту.

У групі А найнижче значення стандартного відхилення спостерігається за мотивом отримання гарної підготовки в певній професійній сфері ( $\pm 0,8$ ). Це свідчить про відносну однотайність студентів у сприйнятті цього мотиву та про те, що більшість із них надають йому подібного рівня значущості. Найвищі значення стандартного відхилення зафіксовано за мотивом впливу батьківських порад ( $\pm 1,6$ ). Відмінності у сімейних установах та рівні автономності абітурієнтів і можуть зумовлювати значну варіативність відповідей.

Загалом результати опитування демонструють переважання мотивів, пов'язаних із особистісним та освітнім саморозвитком (професійний розвиток,

самостійність, поглиблення знань). Натомість мотиви зовнішнього або ситуативного характеру виявилися менш значущими для більшості респондентів. Структура мотивів у двох групах студентів загалом є подібною, а виявлені розбіжності не мають істотного характеру згідно з результатами. Це дозволяє припустити, що вибір освітньої траєкторії першокурсників університету здебільшого є усвідомленим і орієнтованим на особисті цілі та інтереси.

Тепер проаналізуємо результати щодо того, які джерела інформації мали найбільше значення для першокурсників під час вибору закладу вищої освіти (Табл. 2.2.).

Таблиця 2.2.

**Середні показники значущості джерел інформації про ЗВО серед студентів-першокурсників**

№	Джерело інформації	Група А (n=45)	Група Б (n=45)
1	Мас-медіа (ТБ, радіо, преса)	3,1 ± 1,5	2,8 ± 1,3
2	Соціальні мережі	5,8 ± 1,0	6,3 ± 0,7
3	Інтернет-сайт університету	5,5 ± 1,1	5,9 ± 0,8
4	Друзі, однолітки	5,2 ± 1,2	5,7 ± 1,0
5	Батьки або родичі	4,7 ± 1,4	4,5 ± 1,3
6	Вчителі	4,1 ± 1,2	4,3 ± 1,0
7	Випускники даного ЗВО	4,4 ± 1,3	4,8 ± 1,2
8	Профорієнтаційні заходи («День відкритих дверей» тощо)	5,9 ± 0,9	6,1 ± 0,8

Найбільш значущими для обох груп студентів виявилися соціальні мережі та профорієнтаційні заходи університету («День відкритих дверей» тощо). Обидва джерела отримали високі оцінки в обох групах. На наш погляд, це може бути пов'язано із сучасними тенденціями взаємодії молоді з інформаційним простором: першокурсники активно використовують соціальні платформи як основне середовище для пошуку інформації, а безпосередній контакт із представниками ЗВО під час профорієнтаційних заходів дозволяє отримати емоційне враження,

сформувати перше уявлення про навчальний заклад та уточнити важливі деталі вступу.

Також до високо значущих джерел належить офіційний інтернет-сайт університету та поради друзів і однолітків. Студенти групи А й групи Б надали цим джерелам майже однакову вагу, що, ймовірно, зумовлено потребою у достовірній інформації (через сайт університету) та орієнтацією на досвід найближчого соціального оточення (поради знайомих, які раніше цікавилися тим самим питанням).

У групі А високими виявилися такі джерела: профорієнтаційні заходи університету (5,9), соціальні мережі (5,8), офіційний інтернет-сайт університету (5,5), поради друзів та однолітків (5,2).

Студенти групи А особливо високо оцінили саме профорієнтаційні заходи. На наш погляд, це може бути пов'язано з орієнтацією на практичну інформацію про спеціальність, матеріально-технічні можливості університету, особливості освітнього процесу. Такі дані абітурієнти можуть отримати безпосередньо під час зустрічей із представниками ЗВО.

Соціальні мережі та офіційний сайт університету доповнюють картину доступними онлайн-джерелами, які дозволяють швидко отримати необхідну інформацію та уточнити деталі вступу.

Для студентів групи Б високо значущими виявилися: соціальні мережі (6,3, що є найвищим показником серед усіх джерел), профорієнтаційні заходи університету (6,1), офіційний сайт університету (5,9), поради друзів і однолітків (5,7).

Соціальні мережі отримали вищі оцінки у студентів групи Б. Мабуть, це пов'язано з тим, що майбутні психологи й соціальні працівники мають більш виражену соціально-комунікативну спрямованість і схильні довіряти інформації, яка надходить через міжособистісні та медіаційні канали. Профорієнтаційні заходи та сайт університету залишаються важливими завдяки можливості отримати достовірну, структуровану інформацію. Поради друзів доповнюють

загальне уявлення про навчальний заклад за рахунок особистого досвіду, що також є значущим для гуманітаріїв. Разом ці джерела формують так званий «комунікаційно-інформативний блок», у межах якого студенти спираються як на офіційні, так і на неформальні способи отримання інформації.

До показників вище середнього серед джерел належать поради батьків або родичів (4,5), а також контакти з випускниками університету (4,8). Ці джерела не є визначальними, проте вони доповнюють інформаційне поле абітурієнта. Мабуть, це пов'язано з тим, що сучасні вступники більше орієнтуються на власний вибір і цифрові джерела, але все ж зважають на думку значущих дорослих.

Мабуть, помірна значущість сімейних порад може бути пов'язана з тим, що більшість першокурсників прагне самостійності у виборі свого професійного шляху. Контакти з учителями та випускниками, хоча й можуть бути інформативними, у сучасних умовах, імовірно, поступаються соціальним мережам та профорієнтаційним заходам як більш оперативним та доступним каналам інформації.

Середньо значущими для студентів групи А стали: інформація від учителів (4,1), думки випускників ЗВО (4,4). Студенти професійної освіти, ймовірно, сприймають ці джерела як додаткові, а не основні, що може бути пов'язано з більшою самостійністю у виборі спеціальності технічного або прикладного спрямування. Це зумовлено практичною орієнтацією навчання, чіткими професійними цілями, доступністю інформації про напрями підготовки та наявністю попереднього досвіду у вибраній сфері, що дозволяє абітурієнтам формувати усвідомлений вибір без значної опори на зовнішні джерела.

У студентів групи Б середню значущість також мають: батьки та родичі (4,5), учителі (4,3). Для гуманітаріїв ці джерела мають дещо вищу вагу, ніж у студентів професійних напрямків. Це може бути пов'язано з більшою значущістю міжособистісних порад і потребою в емоційній підтримці під час вибору майбутньої професії. На відміну від професійної освіти, де напрями більш прагматичні і конкретні, гуманітарні спеціальності часто мають широкий спектр

можливих професійних шляхів, що ускладнює вибір. Тому поради інших стають допоміжним засобом зменшення невизначеності.

Єдиним джерелом, яке отримало низькі середні оцінки в обох групах (3,1 у студентів групи А та 2,8 у студентів групи Б), стали традиційні мас-медіа (телебачення, радіо, друковані видання). На наш погляд, це може бути зумовлено тим, що для сучасної молоді ці канали перестали бути актуальним способом отримання інформації, особливо з питань, пов'язаних із освітою. Основний інформаційний потік студенти отримують онлайн, що повністю узгоджується зі світовими тенденціями медіаспоживання.

Загалом профіль оцінок обох груп виявився подібним: першокурсники незалежно від напрямку підготовки орієнтувалися насамперед на цифрові інструменти (соціальні мережі, сайт університету) та безпосередні форми взаємодії (профорієнтаційні заходи, поради друзів).

Разом із тим, студенти групи Б дещо вище оцінили значущість соціальних мереж, сайту університету та рекомендацій друзів. Можливо, це пов'язано з більш вираженою соціально-комунікативною спрямованістю гуманітарних спеціальностей, що зумовлює більшу довіру до міжособистісних каналів і візуально-комунікаційного контенту.

У групі студентів групи А трохи вищими виявилися оцінки профорієнтаційних заходів. На наш погляд, це може бути пов'язано з більшою увагою до практичної інформації про умови навчання, матеріальну базу та можливості практичної підготовки, які зазвичай презентуються саме під час офіційних заходів університету.

У групі А найнижчі значення стандартного відхилення спостерігалися для профорієнтаційних заходів ( $\pm 0,9$ ), що вказує на відносну однотайність думок студентів щодо значущості цих джерел. Така однотайність, ймовірно, пов'язана з практичною орієнтацією навчання, уніфікованим досвідом участі в профорієнтаційних заходах та чіткими кар'єрними цілями студентів, що формує схожу оцінку їхньої користі та ролі у виборі спеціальності.

Найвищі показники стандартних відхилень зафіксовано щодо мас-медіа (1,5) та впливу батьків (1,4). Це, ймовірно, вказує на неоднотайність у індивідуальному досвіді: частина студентів могла узагалі не використовувати традиційні медіа для пошуку інформації, тоді як інша частина – певною мірою їх враховувала; так само по-різному могла проявлятися й роль сімейних рекомендацій.

У групі Б найменший розкид оцінок відзначено для соціальних мереж ( $\pm 0,7$ ) і профорієнтаційних заходів ( $\pm 0,8$ ), тобто саме ці джерела студенти оцінювали найбільш однотайно. Соціальні мережі широко використовуються молоддю для отримання будь-якої інформації, включно з освітньою. Для більшості гуманітаріїв це звичне і зрозуміле джерело, тому оцінки його значущості виявляються схожими – і варіативність низька. Найбільшу варіативність показали мас-медіа ( $\pm 1,3$ ), поради батьків/родичів ( $\pm 1,3$ ) та поради випускників (1,2), що може бути пов'язано з різним рівнем доступу та довіри до цих каналів серед студентів.

Проаналізуємо оцінки стосовно мотивів вибору університету, у якому навчаються респонденти (Табл. 2.3). Метою цього етапу було з'ясувати, які саме мотиви були визначальними для абітурієнтів під час ухвалення рішення про вступ саме до цього закладу вищої освіти, а також порівняти вираженість таких мотивів у студентів різних освітніх напрямів.

Таблиця 2.3.

**Середні показники вираженості мотивів вибору університету  
серед студентів-першокурсників**

№	Мотив	Професійна освіта (n=45)	Гуманітарні спеціальності (n=45)
1	Традиції родини	3,6 $\pm$ 1,8	3,2 $\pm$ 1,6
2	Поради вчителів	3,9 $\pm$ 1,4	4,2 $\pm$ 1,2
3	Давня мрія	5,1 $\pm$ 1,3	5,8 $\pm$ 1,0
4	Поради друзів, однолітків	4,6 $\pm$ 1,3	5,2 $\pm$ 1,1
5	Реклама ЗВО у мас-медіа	2,9 $\pm$ 1,4	2,6 $\pm$ 1,2
6	Реклама ЗВО в соціальних мережах	5,0 $\pm$ 1,2	5,6 $\pm$ 1,0
7	Престижність даного ЗВО	5,4 $\pm$ 1,1	5,9 $\pm$ 0,9
8	Невисокий прохідний бал	4,8 $\pm$ 1,4	4,1 $\pm$ 1,3

9	Невеликий конкурс	$4,5 \pm 1,2$	$3,9 \pm 1,1$
10	Наявність спеціальності, яка подобається	$6,3 \pm 0,8$	$6,5 \pm 0,6$
11	Зручне географічне розташування	$5,9 \pm 0,9$	$5,6 \pm 1,0$
12	Легкість навчання	$3,8 \pm 1,3$	$3,3 \pm 1,1$
13	Доступний розмір оплати	$5,5 \pm 1,1$	$5,2 \pm 1,2$
14	Тут навчаються мої друзі, знайомі	$4,7 \pm 1,3$	$4,9 \pm 1,2$
15	Хороше матеріально-технічне забезпечення	$5,7 \pm 1,0$	$5,4 \pm 1,1$
16	Тут працюють родичі, друзі, знайомі	$3,3 \pm 1,5$	$3,0 \pm 1,4$
17	Наявність гуртожитку	$5,8 \pm 1,0$	$5,9 \pm 0,9$
18	Обрав випадково, не замислюючись (аби якась вища освіта)	$1,9 \pm 1,0$	$1,5 \pm 0,9$

У двох групах найбільш вираженими виявилися саме ті мотиви, які можна вважати визначальними для усвідомленого вибору університету. До них належать: наявність уподобаної спеціальності, престижність університету, реклама в соціальних мережах, давня мрія, доступність оплати, зручне розташування, хороше матеріально-технічне забезпечення, наявність гуртожитку. Висока їхня вираженість може свідчити про те, що рішення більшості першокурсників ґрунтувалося на поєднанні професійних інтересів, інформаційної поінформованості та оцінки комфортності умов навчання.

У групі А найбільш значущим мотивом виявилась наявність спеціальності, яка подобається (6,3). Разом із ним високі оцінки отримали зручне розташування (5,9), доступний розмір оплати (5,5), наявність гуртожитку (5,8), реклама в соцмережах (5,0) та матеріально-технічне забезпечення (5,7), давня мрія (5,1). Це може означати, що студенти професійного спрямування орієнтуються не лише на інтерес до спеціальності, а й на практичні та життєві умови, що полегшують здобуття освіти. Імовірно, для частини з них важливою була можливість швидко адаптуватися до навчання, забезпечивши базові побутові потреби.

У групі Б також найвищі оцінки має наявність спеціальності, яка подобається (6,5), але, на відміну від першої групи, у них вираженішими є мотиви престижності ЗВО (5,9), реклами в соцмережах (5,6), а також давньої мрії (5,8). Гуманітарні спеціальності часто обирають студенти, які вже мають певну освітню

мотивацію та уявлення про бажану професійну траєкторію, тобто роблять усвідомлений вибір на основі власних інтересів та цінностей. Мотиви групи Б переважно пов'язані з особистісними цінностями та самореалізацією, такими як розвиток інтелекту, творчих здібностей, культурних інтересів та самоідентифікація.

Мотиви рівня «вище середнього» виступають як важливі, але не домінуючі чинники вибору. Вони, з одного боку, доповнюють ключові (високо виражені) мотиви, а з іншого – показують ті соціальні та ситуативні обставини, які могли підсилити або відкорегувати остаточне рішення абітурієнтів.

Для групи А до мотивів «вище середнього» належать: поради друзів/однолітків (4,6), невисокий прохідний бал (4,8), невеликий конкурс (4,5), «тут навчаються знайомі/друзі» (4,7).

Отже, поєднання соціальних рекомендацій (поради друзів, наявність знайомих у ЗВО) з прагматичними міркуваннями щодо доступності вступу (прохідний бал, конкурс) може свідчити про поєднання внутрішньої та зовнішньої мотивації: частина абітурієнтів орієнтується на думку близького оточення, водночас реальні шанси на вступ (нижчий бал, менший конкурс) були важливим критерієм при остаточному виборі. На наш погляд, це може бути пов'язано з тим, що студенти професійної освіти часто зіставляють власні можливості з реальними бар'єрами вступу і враховують практичні поради «з боку».

У психологів та соціальних педагогів у цю категорію потрапляє лише мотив «тут навчаються знайомі/друзі» (4,9). Помітна вага мотиву «тут навчаються знайомі/друзі» (практично граничне для категорії «вище середнього») може вказувати на силу соціального фактору для окремої частини гуманітаріїв – тобто на важливість групової належності, підтримки та інформаційного обміну серед однолітків. Ймовірно, для деяких абітурієнтів гуманітарних напрямів присутність друзів у конкретному ЗВО виступає додатковим чинником, що підсилює впевненість у виборі і полегшує адаптацію.

Мотиви цього рівня у групі А більше поєднують практичні (доступність

вступу) чинники, тоді як у гуманітарній групі соціальна складова (наявність друзів/знайомих) проявляється сильніше. Це може бути пов'язано з різними стратегіями прийняття рішень: студенти професійних напрямів орієнтуються на реалістичну оцінку шансів, тоді як окрема частина гуманітаріїв більше звертає увагу на соціальну підтримку та мережеві зв'язки.

До групи середнього рівня мотивів відносяться мотиви, які відіграють роль, але не є визначальними. Сюди, за результатами дослідження, належать традиції родини, поради вчителів, легкість навчання тощо.

Студенти групи Б дещо частіше прислухаються до порад вчителів (4,2), невисокий прохідний бал (4,1), невеликий конкурс (3,9), тоді як студенти професійної освіти – до традицій родини (3,6), легкість навчання (3,8). Це може свідчити про те, що студенти гуманітарних спеціальностей роблять вибір здебільшого з міркувань доступності через невисокий прохідний бал та невеликий конкурс та зовнішніх рекомендацій вчителів, тоді як студенти групи А більше орієнтуються на сімейні традиції та уявлення про легкість навчання, тобто їхній вибір певною мірою пов'язаний із впливом родинного середовища.

Серед студентів групи А мотивом нижче середнього є «тут працюють родичі, друзі, знайомі» (3,3), а для групи Б – традиції родини (3,2), легкість навчання (3,3), «тут працюють родичі, друзі, знайомі» (3,0). Результати можуть свідчити про те, що для студентів обох груп мотив наявності родичів чи знайомих у сфері не є вирішальним, однак для гуманітарних спеціальностей такі чинники впливають дещо менше. Це підкреслює більш самостійний характер вибору серед гуманітаріїв та дещо більшу роль сімейного впливу серед студентів професійної освіти.

Це може означати, що вступ абітурієнтів обох груп не є хаотичним чи випадковим процесом, а має достатньо усвідомлений характер, де реклама або зовнішні формальні чинники відіграють мінімальну роль.

У групі А найвище стандартне відхилення спостерігалось за мотивом «традиції родини» ( $\pm 1,8$ ), що свідчить про значну різницю у сприйнятті цього

чинника. Для частини студентів сімейні традиції відіграють важливу роль при виборі спеціальності, тоді як інші приймають рішення переважно самостійно, оцінюючи практичні та кар'єрні аспекти. Розбіжність оцінок відображає індивідуальні відмінності у впливі сімейних цінностей.

Найнижче стандартне відхилення характерне для мотиву вибору спеціальності, яка подобається ( $\pm 0,8$ ), а також зручного розташування ( $\pm 0,9$ ). Це пов'язано з тим, що обидва чинники мають універсальний характер: перший відображає загальну внутрішню мотивацію до самореалізації, а другий – конкретну практичну потребу у доступності навчального закладу, що оцінюється схоже всіма респондентами.

Найбільші розкиди у групі Б спостерігаються за мотивом: традицій родини ( $\pm 1,6$ ). Така неоднорідність може бути зумовлена різницею в особистісних установках: частина гуманітаріїв робить вибір більш самостійно, орієнтуючись на інтереси та здібності, тоді як інша частина частково зважає на підтримку родини.

Найнижчі стандартні відхилення спостерігаються щодо мотивів: наявності спеціальності, яка подобається ( $\pm 0,6$ ), наявності гуртожитку ( $\pm 0,9$ ), престижність даного ЗВО ( $\pm 0,9$ ), «обрав випадково, не замислюючись» ( $\pm 0,9$ ). Це може означати, що гуманітарії є більш одностайними у пріоритетності власної зацікавленості у спеціальності та базових умов навчання, а також у ставленні до престижу закладу, тобто ці мотиви сприймаються ними доволі подібно незалежно від індивідуальних відмінностей. Ці мотиви є універсальними й майже не залежать від індивідуальних чи соціальних чинників (сімейного тиску, конкуренції, ринку праці), тому можуть оцінюватися респондентами подібним чином.

Аналіз мотивів вибору університету показав, що найбільш значущими для першокурсників обох груп є саме ті мотиви, які у нашій анкеті представлені як ключові підстави для усвідомленого та зваженого вибору закладу вищої освіти. До таких мотивів належать: «наявність спеціальності, яка подобається», «престижність даного ЗВО», «зручне географічне розташування», «хороше матеріально-технічне забезпечення», «наявність гуртожитку», «доступний розмір

оплати», «реклама ЗВО в соціальних мережах», а також мотив «давня мрія». Їхня висока вираженість (понад 5 балів) свідчить про переважання у вступників як професійних інтересів та орієнтації на якість освітнього середовища, так і про ціннісно-особистісні мотиви, зокрема тривалу сформованість намірів щодо здобуття освіти саме в цьому університеті.

Результати свідчать, що мотив «наявність спеціальності, яка подобається» отримав найвищі середні значення в обох вибірках (6,3 та 6,5 відповідно), що підкреслює домінування професійної спрямованості та відповідності інтересів студентів обраному напрямку підготовки. Не менш важливими для першокурсників є мотиви, пов'язані з умовами навчання та проживання: «наявність гуртожитку» (5,8 і 5,9), «хороше матеріально-технічне забезпечення» (5,7 і 5,4), «доступний розмір оплати» (5,5 і 5,2), а також «зручне географічне розташування» (5,9 і 5,6). Усі ці мотиви, які отримали високі оцінки, є значущими для досліджуваних й свідчать про прагнення абітурієнтів забезпечити комфортні умови навчання, проживання й фінансового навантаження.

Окремої уваги заслуговує мотив «престижність даного ЗВО», який отримав 5,4 бала у групі А та 5,9 бала у групі Б. Це демонструє дещо більшу увагу гуманітаріїв до соціального статусу університету, що може бути пов'язано з очікуваннями щодо майбутньої професійної ідентичності та суспільного визнання. Також високі оцінки мотиву «реклама ЗВО в соціальних мережах» (5,0 та 5,6) свідчать про помітний вплив сучасного інформаційного простору, де соціальні мережі стають одним із ключових каналів комунікації зі вступниками.

Мотив «давня мрія» (5,1 та 5,8) є одним із тих, які підкреслюють роль довготривалих індивідуальних намірів, що формувалися значно раніше за сам момент вступу. Це свідчить про значущість особистісно забарвлених мотивів, які демонструють сталість інтересу та емоційну включеність у вибір майбутньої професії.

Підсумовуючи, можна зазначити, що у двох групах провідними виявилися схожі мотиви вступу до університету, зокрема ті, які отримали найвищі бали:

наявність спеціальності, яка подобається; престижність ЗВО; хороше матеріально-технічне забезпечення; наявність гуртожитку; доступний розмір оплати; реклама ЗВО в соціальних мережах; зручне географічне розташування; давня мрія. Усі вони відображають як прагматичні, так і ціннісні складові вибору закладу вищої освіти, а їхня висока вираженість підтверджує усвідомлений характер прийняття рішення серед першокурсників університету.

### **2.3. Практичне впровадження результатів**

Отримані результати можуть бути використані в освітньо-профілактичній та просвітницькій роботі зі старшокласниками, абітурієнтами та педагогічними працівниками. Зокрема, доцільно провести психоедукаційну лекцію для вчителів і класних керівників загальноосвітніх шкіл, присвячену формуванню у старшокласників усвідомленої мотивації вибору професії та закладу вищої освіти.

**Тема:** Формування усвідомленої мотивації вступу до закладу вищої освіти у старшокласників.

**Мета:** ознайомити педагогів із психологічними особливостями мотивації вступу до ЗВО, а також надати практичні рекомендації щодо розвитку в учнів відповідального ставлення до вибору професійного шляху.

#### **Хід лекції**

##### **I. Вступна частина**

*Вступне слово.* Вибір майбутньої професії – один із ключових етапів життєвого самовизначення молоді людини. Саме в цей період формується внутрішня позиція щодо навчання, кар'єри та власного розвитку. Роль учителя полягає не лише в наданні знань, а й у підтримці учня в пошуку особистісно

значущої мети, що підвищує мотивацію до навчання й допомагає уникнути випадковості у виборі вищого навчального закладу.

## **II. Основна частина**

План лекції:

1. Особливості мотиваційної сфери у представників юнацького віку.
2. Чинники вступу до ЗВО.
3. Психолого-педагогічні рекомендації щодо формування усвідомленої мотивації.

### **Рекомендована література:**

1. Григор'єва С. В., Козлова О. А. Мотиви вибору ВНЗ та спеціальності абітурієнтами України (на прикладі студентів НТУ «ХП»). *Вісник Національного технічного університету «ХП»*. Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. 2018. № 4. С. 38-42.
2. Іванова Н. Сутність мотиву особистості в теорії мотивації. *Вісник Національного університету оборони України*. 2021. № 61 (3). С. 20-27.
3. Іллін Є. П. Мотивація і мотиви. Тернопіль: навчальна книга – Богдан, 2018. 512 с.
4. Ісаєнко С. А. Мотивація абітурієнтів при виборі професії як чинник ефективності освітньої діяльності ВНЗ. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*. 2018. № VI (74). Issue: 180. С. 27-30.
5. Кириченко В., Лавринюк О. Мотивація до навчальної діяльності: аналіз сучасних теорій. *Журнал соціальної та практичної психології*. 2023. № 1. С. 34-39.

### **Зміст лекції**

#### **1. Особливості мотиваційної сфери у представників юнацького віку**

Юнацький вік – це період становлення ціннісної та мотиваційної системи особистості, коли молода людина переходить від залежності до самостійності. Старшокласники поступово набувають здатності бачити себе в майбутньому,

формувати образ «Я-професійного», прогнозувати власну кар'єру й оцінювати свої можливості. Цей перехід супроводжується зростанням відповідальності й потребою в самовизначенні, що робить питання мотивації особливо актуальним.

У мотиваційній сфері юнаків і дівчат спостерігається поєднання зовнішніх та внутрішніх мотивів, причому останні лише починають набувати значущості. Бажання отримати схвалення дорослих, відповідати очікуванням батьків чи авторитетних учителів часто є одним із ключових чинників поведінки. Поступово на передній план виходять особистісні інтереси та прагнення до самореалізації, проте ця внутрішня позиція ще нестійка й потребує підтримки.

Важливою рисою юнацького віку є підвищена емоційність рішень. Багато виборів здійснюються на основі переживань, симпатій, випадкових вражень або імпульсивних бажань. Це пов'язано з тим, що механізми раціонального оцінювання та прогнозування наслідків остаточно формуються у пізніших етапах розвитку. Саме тому старшокласники можуть одночасно декларувати серйозні професійні наміри та робити хаотичні спроби у різних сферах.

Для цього віку характерний також активний розвиток самосвідомості. Підлітки та юнаки починають краще розуміти власні здібності, інтереси та межі можливостей, однак їх самооцінка може бути нестійкою. Частина молоді схильна переоцінювати свої сили та обирати професії з нереалістичними вимогами, тоді як інші – недооцінювати себе та уникати спеціальностей, які вимагають високого рівня підготовки.

Юнацька мотивація пов'язана й з потребою у соціальному визнанні. Обрання професії нерідко виступає способом довести власну дорослість, статусність або відповідність груповим нормам. Тому вибір ЗВО може залежати від думки однолітків, привабливості студентського життя, репутації певних факультетів чи популярності спеціальності серед знайомих.

У цьому віці формується також здатність до рефлексії – уміння аналізувати свої дії, мотиви та наслідки. Там, де вона недостатньо розвинена, учні схильні діяти за інерцією або під впливом випадкових чинників. Коли ж рефлексія

перебуває на високому рівні, старшокласник здатний більш свідомо та стратегічно планувати майбутнє, що є основою зрілої мотивації вступу до ЗВО.

Потреба в автономії є ще однією характерною властивістю юнацького періоду. Молодь прагне самостійно приймати рішення, але при цьому одночасно потребує підтримки дорослих. Ця амбівалентність може спричинити внутрішні конфлікти, вагання та часті зміни професійних намірів. Завдання педагога – допомогти знайти баланс між самостійністю та поінформованістю вибору.

Юнацька мотивація має ще одну характерну рису – орієнтацію на майбутнє. Саме в цей період формується образ «Я-професійного», який стає частиною самоконцепції. Вибір професії або закладу освіти нерідко сприймається як символічний акт дорослішання, спосіб підтвердити власну самостійність. Водночас недостатній досвід, невизначеність життєвих цілей чи низький рівень поінформованості про освітні можливості можуть зумовити поверхневність вибору.

У дослідженнях щодо сучасної молоді відзначається, що значна частина старшокласників орієнтується на практичні мотиви – можливість працевлаштування, матеріальну стабільність, соціальний статус. Однак зростає і частка тих, хто керується мотивами самореалізації та особистісного розвитку. Це свідчить про поступове підвищення рівня свідомості у виборі майбутнього освітнього шляху.

Важливим чинником становлення мотиваційної сфери юнацького віку є емоційний фон навчальної діяльності. Позитивне ставлення до школи, підтримка з боку педагогів і родини, атмосфера довіри та співпраці сприяють зміцненню внутрішньої мотивації. Натомість авторитарний стиль спілкування, тиск і порівняння можуть формувати зовнішню або унікаючу мотивацію.

Отже, мотиваційна сфера юнацтва є складною, динамічною й такою, що потребує педагогічного та психологічного супроводу. Саме її особливості визначають готовність молодої людини до усвідомленого вибору професії та вступу до закладу вищої освіти.

## **2. Чинники вступу до ЗВО**

Рішення щодо вибору університету формується під впливом широкого спектра соціальних, економічних, психологічних та індивідуальних чинників. Одним із провідних є сім'я. Батьки часто виступають основними порадицями, фінансовими донорами та джерелом емоційної підтримки. Їхній власний досвід, установки та очікування нерідко визначають освітню траєкторію дитини. Якщо в родині є професійні традиції, вони можуть підсилювати відповідний вибір, але інколи й тиснути на старшокласника, зменшуючи його автономію.

Сім'я є одним із ключових агентів соціалізації, який відіграє важливу роль у формуванні освітніх намірів молоді. Здебільшого батьки виступають не лише джерелом підтримки, але й орієнтиром, який визначає уявлення дитини про необхідність та цінність вищої освіти. Роль сім'ї проявляється у декількох аспектах:

- Освітній рівень батьків часто корелює з прагненням дітей здобути вищу освіту. У сім'ях із високим освітнім капіталом вступ до ЗВО сприймається як природна норма.
- Професійні очікування: у деяких родинах відчутним є тиск щодо вибору певної спеціальності, продовження «сімейної професійної традиції».
- Матеріальна підтримка: фінансові можливості родини визначають рішення щодо вибору платної чи бюджетної форми навчання, навчання у своєму місті чи в іншому регіоні.
- Емоційна підтримка: сприяє підвищенню впевненості абітурієнта, зниженню тривожності під час вступної кампанії.

Учителі, класні керівники та шкільні психологи є тими, хто здатний допомогти учневі реально оцінити свої можливості й визначити напрям подальшого розвитку. Якість взаємодії з педагогами, рівень зацікавленості учня у певних предметах та участь у профільних гуртках і проєктах можуть суттєво впливати на вибір спеціальності. Часто саме шкільний середовище стає першим місцем, де учень отримує уявлення про різні професії.

Важливими залишаються соціально-культурні стереотипи. У суспільстві зберігаються уявлення про престижність окремих професій – медиків, юристів, IT-фахівців. Молодь нерідко прагне до них через символічну цінність, навіть якщо реальні інтереси лежать в іншій площині. Мас-медіа, соціальні мережі та популярна культура створюють ідеалізовані образи професій, формуючи завищені очікування.

Особистісні інтереси та нахили також мають суттєвий вплив. Старшокласники, які вже мають захоплення, проекти чи досвід участі в конкурсах, частіше роблять усвідомлений вибір. Однак наявність інтересу не завжди означає готовність до професійної діяльності: іноді учні плутають хобі з майбутньою професією або не враховують реальні вимоги спеціальності.

Економічні чинники залишаються важливими: вартість навчання, можливість проживання в іншому місті, доступність гуртожитку, транспортні витрати. Для багатьох сімей це визначальний чинник, що часто обмежує вибір, навіть якщо інші мотиви свідчать про доцільність вступу до престижнішого чи віддаленого закладу. Молодь часто намагається оцінити майбутню окупність інвестицій у навчання. Популярними стають ті спеціальності, які асоціюються з високими зарплатами, попитом на ринку праці та можливістю кар'єрного зростання (IT, економічні спеціальності, менеджмент, право тощо).

Вплив друзів та однолітків теж не можна недооцінювати. Для частини молоді значущим є питання, «куди йдуть інші». Це додає відчуття безпеки та приналежності, зменшує тривогу перед новим етапом. Проте така мотивація може стати причиною помилкового вибору, якщо не ґрунтується на особистих інтересах.

Рівень знань, отриманих у школі, впливає на:

- рівень впевненості у своїх силах,
- здатність скласти НМТ,
- сформованість навчальної мотивації.

Учні спеціалізованих шкіл (ліцеїв, гімназій, профільних класів) частіше орієнтуються на продовження освіти.

Ефективність профорієнтації впливає на усвідомленість вибору молоддю:

- зустрічі з представниками університетів,
- профорієнтаційні тести,
- консультації психологів,
- відвідування днів відкритих дверей.

За наявності якісної профорієнтації помилкові вибори і подальші зміни спеціальності трапляються рідше.

Також важливою є інформаційна відкритість ЗВО. Дні відкритих дверей, якісні сайти, студенти-волонтери, публікації в медіа – усе це формує імідж закладу та впливає на рішення абітурієнтів. Доступність якісної інформації допомагає робити більш свідомий вибір.

Отже, вступ до ЗВО – це комплексне рішення, яке формується у взаємодії внутрішніх бажань та зовнішніх впливів. Завдання педагогів – допомогти учню відокремити дійсно важливі мотиви від випадкових чи нав'язаних.

### **3. Психолого-педагогічні рекомендації щодо формування усвідомленої мотивації**

Одним із ключових завдань педагогів є розвиток у старшокласників здатності глибоко розуміти власні мотиви та цілі. Для цього необхідно створити освітнє середовище, яке стимулює самопізнання. Учителям варто проводити профорієнтаційні бесіди. Це допоможе учням впорядкувати свої уявлення про майбутнє та зробити вибір більш усвідомлено.

Корисним є залучення молоді до практичної діяльності, яка дає змогу відчувати реальність професійної сфери. Це можуть бути тренінги, майстер-класи, зустрічі з фахівцями, короткострокові стажування, участь у проєктах. Чим більше учень стикається з реальною професійною діяльністю, тим точніше він розуміє, чи підходить йому цей шлях.

Педагогам важливо сприяти розвитку рефлексії. Учні повинні вчитися аналізувати власні рішення, оцінювати їх обґрунтованість і прогнозувати наслідки. Для цього можна використовувати щоденники рефлексії, спеціальні вправи або групові обговорення, на яких учні діляться власними думками та переживаннями щодо вибору професії.

Старшокласникам необхідно створити умови для розвитку рефлексивних здібностей, оскільки усвідомлений вибір неможливий без здатності аналізувати власні інтереси, здібності та цінності. Для цього доцільно:

- проводити самооцінювання сильних і слабких сторін особистості;
- використовувати психодіагностичні методики (тести інтересів, професійних схильностей, темпераменту, рівня мотивації);
- вести мотиваційні щоденники, де фіксуються думки щодо майбутньої професії;
- виконувати рефлексивні вправи («Мій професійний образ у майбутньому», «Я і мої можливості», «Я через 10 років»).

Розвинене самоусвідомлення сприяє адекватній оцінці себе та обґрунтованому вибору професійного напрямку.

Не менш важливим є налагодження співпраці з батьками. Вони часто несвідомо впливають на вибір дитини, тому педагоги мають допомагати родинам розуміти значення автономії в юнацькому віці. Під час батьківських зборів варто обговорювати питання підтримки, а не тиску, важливість поваги до інтересів дитини та необхідність спільного обговорення освітньої траєкторії.

Батькам рекомендується:

- висловлювати довіру до вибору дитини;
- уникати порівнянь із іншими дітьми;
- не нав'язувати власні нереалізовані амбіції;
- створювати спокійну атмосферу під час підготовки до НМТ.

Емоційна стабільність підлітка є передумовою ефективної діяльності та вмотивованості.

Варто також розвивати інформаційну компетентність учнів. Сучасні старшокласники мають доступ до великої кількості інформації, але не завжди здатні її аналізувати. Педагог може навчити критично ставитися до реклами ЗВО, відрізняти об'єктивні дані від маркетингових гасел і правильно оцінювати перспективи професії.

Одним із важливих напрямів є профілактика імпульсивних рішень. Багато учнів обирають університет за принципом «якось буде», тому педагогам варто пояснювати наслідки випадкових виборів та важливість довгострокового планування. Це можна робити через аналіз реальних життєвих історій, моделювання ситуацій, дискусії.

Абітурієнтам важливо навчитися приймати рішення на основі аналізу, а не під впливом випадкових чинників чи нав'язаної думки. Для цього корисними є:

- вправи на ранжування професійних цінностей;
- SWOT-аналіз вибраної професії;
- методи прийняття рішень (дерево рішень, матриця пріоритетів);
- консультації з психологом.

Розвинені навички прийняття рішень формують автономність і відповідальність. Учням часто потрібна впевненість, розуміння, що вони здатні впоратися з труднощами. Позитивний та підтримувальний стиль спілкування з боку педагога сприяє зміцненню внутрішньої мотивації й зменшує страх перед новим життєвим етапом.

Узагальнюючи, педагогічні рекомендації спрямовані на створення умов, у яких учень здатний самостійно, відповідально та усвідомлено визначити власний професійний шлях, спираючись на розуміння себе та об'єктивну інформацію про освітні можливості.

### **Питання для самоперевірки:**

1. Які психолого-педагогічні умови сприяють формуванню усвідомленої мотивації вступу до закладу вищої освіти у старшокласників?

2. Які чинники (сімейні, шкільні, соціальні, економічні) найбільш суттєво впливають на вибір професії та ЗВО в юнацькому віці?
3. Які особливості мотиваційної сфери старшокласників слід урахувати в освітній роботі педагогів?
4. Які форми та методи психолого-педагогічної підтримки допомагають учням зробити свідомий та обґрунтований професійний вибір?

### **Висновки до другого розділу**

У другому розділі було представлено результати емпіричного дослідження мотивації вступу до закладів вищої освіти серед чернігівських першокурсників, проаналізовано специфіку мотиваційних пріоритетів студентів різних спеціальностей та визначено особливості їх мотиваційної структури. Отримані дані засвідчили, що для більшості респондентів провідними є внутрішні мотиви – насамперед інтерес до обраної спеціальності та прагнення навчатися за напрямом, який їм подобається. Натомість зовнішні мотиви (поради оточення, сімейні традиції, доступність вступу, зручність розташування) мають другорядне або вибіркоче значення.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити висновок, що вибір спеціальності та вступ до закладу вищої освіти здебільшого зумовлений усвідомленою внутрішньою мотивацією студентів. Для обох груп домінантними є мотиви здобуття гарної підготовки в певній професійній сфері, отримання диплому про вищу освіту та прагнення до підвищення культурно-інтелектуального рівня, що свідчить про їх орієнтацію на особистісне й професійне зростання. Зовнішні мотиви – поради батьків, за компанію з другом/подругою чи обрання ЗВО випадково – виявилися малозначущими, що підкреслює переважання індивідуально обґрунтованого рішення щодо вступу.

У процесі вибору навчального закладу вирішальну роль відіграють поєднання професійних мотивів (наявність бажаної спеціальності, престижність університету), джерела інформації про ЗВО (соціальні мережі, офіційний сайт, профорієнтаційні заходи) та практичних умов навчання (зручність розташування, наявність гуртожитку, доступний розмір оплати). Це демонструє, що сучасні абітурієнти орієнтуються як на зміст і якість освітньої пропозиції, так і на її доступність та комфорт.

Подібність профілів мотивації двох груп студентів свідчить про загальні тенденції у виборі освітньої траєкторії. Відмінності є незначними: студенти групи Б дещо більше покладаються на інформацію із соціальних мереж і поради педагогів, а студенти групи А частіше звертають увагу на такі прагматичні аспекти, як невеликий конкурс чи невисокий прохідний бал.

Практичне значення отриманих результатів реалізовано через розроблення психоедукаційної лекції для педагогічних працівників закладів загальної середньої освіти на тему «Формування усвідомленої мотивації вступу до закладу вищої освіти у старшокласників». Лекція спрямована на ознайомлення педагогів із психологічними особливостями мотивації вступу до ЗВО, а також надання практичних рекомендацій щодо розвитку в учнів відповідального ставлення до вибору професійного шляху

## ВИСНОВКИ

Проведене теоретико-емпіричне дослідження дає змогу зробити наступні висновки:

1. На основі аналізу теоретичних підходів встановлено, що мотиваційна сфера є багатовимірним психологічним утворенням, яке об'єднує потреби, мотиви, ціннісні орієнтації, інтереси, емоційно-вольові регулятори та смислові утворення, що визначають вибірковість і активність поведінки особистості. Мотивація розглядається як динамічна система, що формується під впливом внутрішніх і зовнішніх чинників, забезпечуючи цілеспрямованість, наполегливість і результативність навчальної діяльності. Саме її рівень і структура визначають характер професійного самовизначення та готовність молоді до усвідомленого вибору освітньої траєкторії. Мотив у психології розуміють як внутрішній спонукальний чинник, що визначає вибір дії та спрямовує поведінку людини. У науковій літературі зазвичай виокремлюють такі типи мотивів: внутрішні та зовнішні, пізнавальні, професійні, соціальні, утилітарні, ситуативні, а також ціннісні й статусні. Проблема мотивації вивчається у межах кількох методологічних напрямків – зокрема когнітивного, діяльнісного, гуманістичного та соціально-психологічного підходів.

2. Відповідно до специфіки юнацького віку встановлено, що цей період є критичним у формуванні мотиваційної сфери, оскільки саме в юності інтенсивно розвиваються рефлексія, самосвідомість, ціннісні орієнтації та здатність до прогнозування майбутнього. Для цієї вікової групи характерні посилення інтересу до самореалізації, зростання потреби у самоствердженні, прагнення до автономії в ухваленні рішень, а також підвищена чутливість до соціального схвалення. У цей період вибір професії та закладу вищої освіти стає центральним елементом становлення ідентичності, важливою умовою визначення власних життєвих перспектив і соціального статусу.

3. Аналіз наукових джерел дозволив виокремити основні мотиви вступу на навчання до закладів вищої освіти, які найчастіше описують дослідники. До них належать: інтерес до спеціальності, прагнення отримати фахові знання, престижність ЗВО, статус майбутньої професії, поради батьків, вчителів, вплив однолітків, фінансова доступність. У сукупності ці групи мотивів окреслюють спектр чинників, що визначають вибір вступників і відображають як раціональні, так і емоційно-ціннісні компоненти їхньої поведінки.

4. Еміричне дослідження мотивації вступу до закладів вищої освіти засвідчило домінування внутрішньої освітньої мотивації серед першокурсників обох груп, що проявляється у високій значущості прагнення отримати якісну професійну підготовку, здобути диплом про вищу освіту, підвищити культурно-інтелектуальний рівень та досягти більшої самостійності. Студенти групи А показали високий рівень вираженості мотивів отримання гарної підготовки в певній професійній сфері, стати самостійним та отримання диплому про вищу освіту. Студенти групи Б продемонстрували високі показники мотивів отримання гарної підготовки в певній професійній сфері, підвищення культурно-інтелектуального рівня, отримання диплому про вищу освіту. Зовнішні мотиви, такі як уникнення служби, за наполяганням/порадою батьків чи випадковість вибору, виявилися малозначущими та характеризуються низькими середніми оцінками.

Аналіз значущості джерел інформації показав, що вступники найбільше орієнтуються на соціальні мережі, профорієнтаційні заходи та офіційний сайт університету. Подібність профілю оцінок у двох групах свідчить про єдині інформаційні стратегії сучасних абітурієнтів, що поєднують цифрові канали з безпосереднім досвідом відвідування ЗВО.

Дослідження мотивації вибору ЗВО показало, що у групі студентів групи Б найвагомими мотивами виявилися: «наявність спеціальності, яка подобається», «престижність ЗВО», «зручне географічне розташування», «реклама ЗВО в соціальних мережах» та «давня мрія», «поради друзів, однолітків», «наявність

гуртожитку». Це свідчить про їхню орієнтацію на професійні інтереси, імідж університету та особисті цінності. Найвагомими мотивами вибору ЗВО у групі А є: «давня мрія», «реклама ЗВО в соціальних мережах», «престижність ЗВО», «наявність спеціальності, яка подобається», «зручне географічне розташування», «доступний розмір оплати», «хороше матеріально-технічне забезпечення», «наявність гуртожитку». Це свідчить про поєднання внутрішніх (пов'язаних із власними намірами та інтересами) і зовнішніх (пов'язаних із умовами та ресурсами ЗВО) мотивів, тобто про водночас цілеспрямований і раціональний характер вибору закладу освіти серед студентів цієї групи

Найнижчі стандартні відхилення в обох групах виявлено щодо мотивів «наявність спеціальності, яка подобається», «наявність гуртожитку», «престижність ЗВО», що свідчить про сталу, однорідну позицію студентів щодо цих чинників. Отже, професійний інтерес і базові умови навчання мають ключове значення для більшості респондентів незалежно від спеціальності. Найвищі стандартні відхилення у групі А («традиції родини», «тут працюють знайомі», «реклама у ЗМІ» та ін.) засвідчили значну внутрішню різноманітність поглядів і різний ступінь залежності від соціального середовища. У групі Б найбільший розкид спостерігався щодо мотивів сімейних традицій та невисокого прохідного балу, що може свідчити про різні стратегії вибору: від самостійних, ціннісно орієнтованих до більш ситуативних.

5. Практичне впровадження результатів дослідження дало змогу сформулювати психоедукаційну лекцію для педагогічних працівників закладів загальної середньої освіти, спрямовану на підвищення їхньої обізнаності щодо психологічних особливостей мотивації вибору професії в юнацькому віці. Лекція була розроблена з метою надати вчителям, класним керівникам та практичним психологам методичні орієнтири щодо підтримки учнів у процесі професійного самовизначення, допомогти педагогам зрозуміти структуру мотивації старшокласників та ефективно впливати на формування відповідального ставлення до вибору освітньої траєкторії. Її зміст включає аналіз вікових

особливостей мотиваційної сфери, ключових чинників, що впливають на рішення вступників, та комплекс практичних рекомендацій щодо розвитку в старшокласників внутрішньої, усвідомленої й стійкої мотивації.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому вивченні динаміки мотивації вступу до ЗВО серед різних поколінь абітурієнтів, дослідженні кроскультурної специфіки мотивації вступу до ЗВО, дослідження мотивації вступу на різні спеціальності залежно від інших профілів навчання.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Варій М. Й. Загальна психологія : підр. для студ. вищ. навч. закл. 3-тє вид. Київ : Центр учбової літератури, 2009. С. 634-659.
2. Винар В. І. Особливості мотиваційної сфери студентів коледжу. *Збірник наукових матеріалів СХХ Міжнародної інтернет-конференції «Пріоритетні вектори розвитку науки під час воєнного стану»*. Львів. 2023. С. 16-21.
3. Вікова психологія: конспект лекцій / укладачі: П. І. Сахно, Н. М. Теслик. Суми: Сумський державний університет, 2024. 194 с.
4. Григор'єва С. В., Козлова О. А. Мотиви вибору ВНЗ та спеціальності абітурієнтами України (на прикладі студентів НТУ «ХП»). *Вісник Національного технічного університету «ХП»*. Серія: *Актуальні проблеми розвитку українського суспільства*. 2018. № 4. С. 38-42.
5. Гупало С. Р. Самоефективність: основні теорії та підходи до розуміння поняття. *Габітус*. 2022. Вип. 42. С. 132-136.
6. Єсіпова О. Дослідження мотивації майбутніх інженерів-педагогів комп'ютерного профілю. *Освітологічний дискурс*. 2019. № 3-4. С. 121-129.
7. Іванова Н. Сутність мотиву особистості в теорії мотивації. *Вісник Національного університету оборони України*. 2021. № 61 (3). С. 20-27.
8. Іллін Є. П. Мотивація і мотиви. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2018. 512 с.
9. Ісаєнко С. А. Мотивація абітурієнтів при виборі професії як чинник ефективності освітньої діяльності ВНЗ. *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*. 2018. № VI (74). Issue: 180. С. 27-30.
10. Кириченко В., Лавринюк О. Мотивація до навчальної діяльності: аналіз сучасних теорій. *Журнал соціальної та практичної психології*. 2023. № 1. С. 34-39.

11. Кісіль З. Р., Швець Д. В. Мотивація діяльності людини: Навчальний посібник у схемах, таблицях, коментарях. Одеса : Видавництво ОДУВС, 2023. 154 с.
12. Максименко С. Д., Соловієнко В. О. Загальна психологія: навчальний посібник. Київ : МАУП, 2000. 256 с.
13. Наконечна М. М., Мінняйло, С. Р. Інтерсуб'єктність та мотиваційна сфера в юнацькому віці. *Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології»*. 2018. № 39. С. 185-194.
14. Никоненко О., Лимарева І. Соціально-психологічні чинники формування мотивації досягнень в умовах війни. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. № 1 (73). С. 244-253.
15. Павелків Р. В. Вікова психологія: підручник. Київ: Кондор, 2011. 469 с.
16. Поведінка людини в соціальному довікллі: навчально-методичний комплекс для студентів усіх спеціальностей денної та заочної форми навчання. / укл. : Т. Г. Тюріна, Л. Г. Кудрик. Львів: СПОЛОМ, 2011. 78 с.
17. Прищак М. Д., Лесько О. Й. Психологія управління в організації: навчальний посібник. 2-ге вид., перероб. і доп. Вінниця, 2016. 150 с.
18. Психологічна діагностика мотивації особистості до навчання в умовах інформаційного суспільства: монографія / за ред. Н. В. Пророк. Київ : Видавничий Дім «Слово», 2020. 131 с.
19. П'янківська Л. Мотивація особистості у нейробіологічному спектрі дослідження. *Індивідуальність у психологічних вимірах спільнот та професій: збірник наукових праць* / за заг. ред. Л. В. Помиткіної, О. П. Хохліної, Л. С. Яковицької. Київ: МВЦ «Медінформ», 2023. С. 112-117.
20. Ременюк Я. Основні напрямки дослідження мотивації у психології: зарубіжний дискурс. *Вісник Національного університету оборони України*. 2024. № 79 (3). С. 115-120.

21. Рудюк Н. Г. Поняття мотиву і мотивації в сучасній психології. *Збірник наукових праць НПУ імені М. П. Драгоманова*. 2001. Вип. 14. С. 44-51.
22. Сергеева Л. М., Просіна О. В., Ілляхова М. В. Творчість як фактор мотивації досягнень: навчальний посібник. Київ., 2023. 124 с.
23. Скоробагатська О. Методика позитивного та негативного підкріплення в педагогічній психології. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2019. № 9 (93). С. 124.
24. Соколов А. В., Ільїна А. С. Дослідження мотивів вибору ВНЗ та спеціальності учнівською молоддю. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Випуск 26. Частина 2. С. 62-65.
25. Сочинський А. І. Ціннісно-мотиваційна сфера особистості в умовах кризи в юнацькому віці. *Актуальні проблеми психічного здоров'я: Збірник наукових праць* [за матеріалами Всеукраїнської студентської інтернет-конференції (25 травня 2023 р.)]. 2023. С. 85-87.
26. Спиця-Оріщенко Н. Психологічні особливості розвитку особистості в ранньому юнацькому віці. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Психологічні науки*. 2016. № 1. С. 198-201.
27. Столяренко О. Б. Психологія особистості: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 280 с.
28. Теорії особистості: навчально-методичний посібник / Укладачі: Р. Т. Сімко, А. В. Сімко. Кам'янець-Подільський: Видавець Ковальчук О. В., 2021. 162 с.
29. Токарева Н. М., Шамне А. В. Основи вікової психології : навчально-методичний посібник. Кривий Ріг : Тов ВВП «Інтерсервіс». 2013. 283 с.
30. Юрович С. М. Психологічні особливості юнацького віку. *Психолого-педагогічні аспекти навчання дорослих у системі неперервної освіти: зб. матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції у 2 част. /*

упорядкування: В. С. Кулішов, Ю. С. Герасименко, І. А. Кучеренко. Біла Церква : БІНПО ДЗВО «УМО» НАПН України, 2023. С. 327-330.

31. Muho A., Kurani A. Components of Motivation to Learn from a Psychological Perspective. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*. 2013. № 4. P. 173-181.

## ДОДАТОК А

*Шановний друже! Просимо Вас узяти участь у дослідженні особливостей мотивації вступу вітчизняних студентів до закладів вищої освіти. Дослідження анонімне. Неправильних відповідей тут немає. Будь ласка, будьте щирими.*

Вік \_\_\_\_\_

Стать: 1) чоловіча; 2) жіноча.

Місце Вашого проживання до вступу до закладу вищої освіти: 1) Чернігів; 2) за межами Чернігова;

Спеціальність \_\_\_\_\_

**Завдання 1. За 7-бальною шкалою (де 1 – мінімальний показник, 7 – максимальний) оцініть вираженість у себе кожного мотиву вступу до закладу вищої освіти:**

Отримати гарну підготовку в певній професійній сфері (професійні знання, вміння тощо)	1 2 3 4 5 6 7
Отримати диплом про вищу освіту	1 2 3 4 5 6 7
Підвищити свій загальний культурно-інтелектуальний рівень (стати освіченою, ерудованою людиною)	1 2 3 4 5 6 7
Уникнути служби в армії	1 2 3 4 5 6 7
Стати самостійним	1 2 3 4 5 6 7
Знайти нових друзів	1 2 3 4 5 6 7
За наполяганням/порадою батьків	1 2 3 4 5 6 7
За компанію з другом/подругою (моїм хлопцем/дівчиною)	1 2 3 4 5 6 7
Обрав випадково, не задумуючись (аби якась вища освіта)	1 2 3 4 5 6 7

**2. За 7-бальною шкалою (де 1 – мінімальний показник, 7 – максимальний) оцініть значущість кожного джерела інформації про заклад вищої освіти, до якого вступили?**

Мас-медіа (ТБ, радіо, преса)	1 2 3 4 5 6 7
Соціальні мережі	1 2 3 4 5 6 7
Інтернет-сайт університету	1 2 3 4 5 6 7

Друзі, однолітки	1 2 3 4 5 6 7
Батьки або родичі	1 2 3 4 5 6 7
Вчителі	1 2 3 4 5 6 7
Випускники даного ЗВО	1 2 3 4 5 6 7
Профорієнтаційні заходи («День відкритих дверей» та ін.) ЗВО	1 2 3 4 5 6 7

**3. За 7-бальною шкалою (де 1 – мінімальний показник, 7 – максимальний) оцініть вираженість у себе кожного мотиву вибору університету, де Ви зараз навчаєтесь?**

Традиції родини (когось із батьків, родичів)	1 2 3 4 5 6 7
Поради вчителів	1 2 3 4 5 6 7
Давня мрія	1 2 3 4 5 6 7
Поради друзів, однолітків	1 2 3 4 5 6 7
Реклама ЗВО у мас-медіа (ТБ, радіо, преса)	1 2 3 4 5 6 7
Реклама ЗВО в соціальних мережах	1 2 3 4 5 6 7
Престижність даного закладу вищої освіти	1 2 3 4 5 6 7
Невисокий прохідний бал	1 2 3 4 5 6 7
Невеликий конкурс	1 2 3 4 5 6 7
Наявність у ЗВО спеціальності, яка подобається	1 2 3 4 5 6 7
Зручне географічне розташування ЗВО	1 2 3 4 5 6 7
Легкість навчання у ЗВО	1 2 3 4 5 6 7
Доступний розмір оплати за навчання	1 2 3 4 5 6 7
Тут навчаються мої друзі, знайомі	1 2 3 4 5 6 7
Хороше матеріально-технічне забезпечення ЗВО	1 2 3 4 5 6 7
Тут працюють мої родичі, друзі, знайомі	1 2 3 4 5 6 7
Наявність гуртожитку	1 2 3 4 5 6 7
Обрав випадково, не замислюючись (аби якась вища освіта)	1 2 3 4 5 6 7