

# Мотивация

Статья опубликована в журнале Вестник НЛП №18.

**Авторы:** Роберт Дилтс

**Темы, затрагиваемые в статье:** Фундаментальное НЛП

Мотивация, как правило, определяется как «сила, стимул или влияние», которое побуждает человека или организм действовать или реагировать. Словарь Вебстера дает следующее определение: мотивация — это «психологическая особенность, которая побуждает организм к действию» и «причина этого действия». Таким образом, мотивация относится к внутренним процессам, которые «движут, подталкивают, стимулируют или побуждают» людей к тому, что они делают. Это — «команда к действию», которая стимулирует нас начать вести себя в окружающем нас мире. «Потребности, побуждения и желания», как правило, рассматриваются как внутренние мотивы или поведение. «Стимулы, поощрение и подкрепление» рассматриваются как мотивация, возникшая из внешних источников.

Одна из самых ранних теорий мотивации была предложена греческим философом Аристотелем. Аристотель полагал, что мотивация является результатом функции «влечений», которая всегда была связана с каким-то результатом или целью. Согласно Аристотелю, эта «цель» предлагалась или создавалась в ходе мыслительного процесса, сопровождающего восприятие, память или воображение. Он утверждал:

*«Именно объект влечения порождает движение, этот объект может быть как реальным, так и кажущимся... Мыслению воображаемые образы необходимы, как если бы они были содержанием восприятия... просто, как если бы цель была видимой, просчитывается и обдумывается то, что должно быть достигнуто в настоящем; и когда выносится решение, на*

*примере ощущений объект может рассматриваться как приятный или болезненный, тогда он может либо преследоваться, либо избегаться».*

По мнению Аристотеля, «реальные или кажущиеся» ожидаемые последствия или представление «того, что будет», связанные с «тем, что относится к настоящему», стимулируют живой организм добиваться этого (если оно позитивно) или избегать этого (если оно негативно).

Зигмунд Фрейд предложил рассматривать «принцип наслаждения» как основной механизм мотивации. Согласно Фрейду, организмы стремятся «искать удовольствия» и «избегать боли», что в точности отражает концепцию «влечений» Аристотеля.

Современные когнитивные теории мотивации также отражают модель Аристотеля, постулируя мотивацию как изначально происходящую из внутренних когнитивных карт или «ожиданий» потенциальных (возможных) последствий различных действий. С позиции когнитивных теорий ожидания, относящиеся к планируемым результатам поведения, являются основным источником мотивации. С этой точки зрения, то, как люди чувствуют и что они делают, зависит от придаваемого значения и приписываемых причин ожидаемых последствий. Например, сильные «положительные» ожидания могут подтолкнуть человека к тому, чтобы приложить больше усилий в надежде получить некий желаемый результат. С другой стороны, ожидаемые последствия, рассматриваемые как «негативные», приведут либо к избеганию, либо к апатии.

Кроме боли и удовольствия «потребности» и «желания» также связаны с мотивацией. Например, с точки зрения теории систем потребность системы поддерживать равновесие или *гомеостаз* рассматривается как один из основных источников мотивации организмов. В кибернетике отклонение от желаемого состояния автоматически ведет к коррекционным мерам, направленным на восстановление состояния. Например, такая форма поведения, как «поиск пищи» будет мотивироваться «голодом», возникшим в результате физиологического дисбаланса, созданного некоторой степенью лишения пищи.

Теория самоорганизации рассматривает «последствия», «ожидания» или «потребности» как тип «аттракторов», вокруг которых система «самоорганизуется» для создания некоего стабильного состояния или паттерна.

Некоторые модели мотивации просто связывают ее с изученными ассоциациями или созданием условий, предполагая, что она заложена в виде программы посредством повторения или внешнего подкрепления. Эти теории обучения и мотивации сосредоточены вокруг принципа *«рефлекторной дуги»* — мы принимаем некоторый сенсорный стимул, вызывающий ответную реакцию, которая впоследствии *подкрепляется* позитивно или негативно. Попытки замотивировать человека, исходя из принципов рефлекторной дуги, часто сосредоточены вокруг предоставления человеку четких стимулов и обеспечения соответствующим «подкреплением» в виде похвалы, денежной награды, дополнительных льгот и т.д. Однако большая часть исследований, проведенных в поддержку принципа «рефлекторной дуги», осуществлялась на крысах, голубях и собаках и не способна объяснить много явлений, связанных с мотивацией, которая, похоже, не зависит от внешних подкреплений. Например, Леонардо да Винчи свои многотомные записи создал сам без какой-либо «рефлекторной дуги», предлагающей внешние «награды» в виде денег или похвалы. Этот вид сильной внутренней мотивации кажется распространенным паттерном для творческих и гениальных работ.

В противоположность рефлекторной дуге стандартной парадигмой НИП для обучения и мотивации является модель Т.О.Т.Е. (Тест-Операция-Тест-Выход)<sup>1</sup>. Модель Т.О.Т.Е. (Миллер, Галлантер и Прибрам, 1960) сочетает в себе Аристотелевы понятия «влечений», направленных к некоторому завершению, и кибернетическую концепцию самокорректирующихся петель обратной связи. Согласно модели Т.О.Т.Е., поведение движимо целями (технологично), а не стимулами (детерминистично), как предлагает теория рефлекторной дуги. Отличительной особенностью Т.О.Т.Е. является определение основных элементов целеориентированной петли обратной связи — если какие-то условия, заложенные в «Тесте», удовлетворяются, то человек продолжит «Операции» для того, чтобы выполнить эти условия. Таким образом, «мотивация» — это критерии или результат, который необходимо достичь, а не некое внешнее подкрепление. Не

требуются ни дополнительные «стимулы», «сила», «внешнее подкрепление», ни что-либо еще. Естественная самокоррекция — неотъемлемая часть любой здоровой жизни или самоорганизующейся системы.

Начиная с Т.О.Т.Е. как основы, к пониманию мотивации в НЛП впоследствии подключаются в определенной степени и все остальные разнообразные взгляды на мотивацию. НЛП также добавляет влияние других аспектов нашего мыслительного программирования. Например, в соответствии с НЛП-концепцией, определенные качества (субмодальности) внутренних репрезентаций целей или поведенческих последствий (такие как цвет, яркость, расстояние и т.д.) будут влиять на то, воспринимаем ли мы их как «позитивные», «приятные», «желательные» или как «негативные», «болезненные» и «пугающие». Таким образом, регуляция субмодальности внутренней репрезентации некого результата или ожидаемых последствий изменит степень привлекательности и, таким образом, интенсивность нашей мотивации.

Другой важный аспект мотивации в НЛП связан с *метапрограммными паттернами*. Метапрограммные особенности относятся к паттернам высокого уровня, связанным с Т.О.Т.Е., то есть со способами постановки и оценки целей и тем, как выбираются операции и реакции в попытке достигнуть этих целей. Например, в стадии «Тест» модели Т.О.Т.Е. цель может быть поставлена, представляя собой состояние, которое человек либо хочет достигнуть, либо стремится избежать. Целевое состояние может быть представлено либо в образах, логических конструкциях, действиях, либо в эмоциональном состоянии и может быть взято как из памяти, так и из конструкторов планируемого вероятного будущего. Целью может быть и попытка поддержать текущее состояние. Цель и ее достижение могут быть выражены во временной рамке и быть как долгосрочными, так и краткосрочными.

Метапрограммный паттерн, различающий, будет ли человек «приближаться к позитиву» или же «избегать негатива», определяет, какой тип последствий вероятнее всего побудит человека к действиям. Аналогично с паттернами, связанными с тем, как представлен результат — относится ли он к далекому будущему или же к

мгновенному настоящему, ориентирован он на общее или на детали. Всё это будет в значительной степени влиять на типы ситуаций и «подкреплений», которые вероятнее всего будут мотивировать человека.

На другом уровне НЛП понимает метапрограммы и мотивацию как управляемые в конечном счете *ценностями и убеждениями*, то есть, уровнем процессов, связанных с тем, *почему* мы думаем и действуем именно так. Ценности и убеждения формируют то, как индивид «акцентирует» и придает «значение» своему восприятию ситуации. Это, в свою очередь, определяет то, какие ментальные программы и поведение выбирает человек для достижения этой ситуации. Таким образом, наши убеждения и ценности обеспечивают внутреннее подкрепление, которое поддерживает или подавляет определенные способности и поведение. В этом заключается их важное влияние на мотивацию.

Например, «иерархия» «ценностей» или «критериев» человека будет сильно влиять на то, как человек действует в мире. *Иерархии ценностей* относятся к степени важности или значимости, которую люди придают различным действиям и опыту. (Они формируют последовательности того, что называют «вложенными Т.О.Т.Е.»). Примером «иерархии критериев» может быть человек, который ценит «взаимоотношения» больше, чем «успех». Такой человек будет стремиться ставить свои отношения «на первое место» и, вероятно, будет выстраивать свою жизнь в большей степени вокруг поддержания хороших отношений, а не вокруг выполнения задач и достижения результатов. Человек, в чьей «иерархии критериев» «успех» стоит выше «отношений», будет, соответственно, действовать согласно другим приоритетам. Он может пожертвовать своими отношениями ради достижения успеха.

На практическом уровне НЛП объединяет эти воздействия на мотивацию для того, чтобы идентифицировать и создать особые *стратегии мотивации*, которые могут использоваться, чтобы помочь человеку более эффективно вдохновлять или двигать себя к особым целям и результатам.

## Стратегии мотивации

Стратегии мотивации относятся к одному из семи основных классов стратегий, выделяемых НЛП. К другим относятся стратегии памяти, творчества, реальности, веры (или убеждения). *Стратегии мотивации* связаны с последовательностью когнитивных шагов и операций, через которые человек проходит, чтобы вдохновить себя делать всё то, что нужно для того, чтобы получить то, что он хочет.

Стратегии мотивации похожи на процесс, включающий в себя мысленную репетицию, как генератор нового поведения и планирование будущего, хотя они и отличаются в важных моментах. Как ментальная репетиция, так и стратегии мотивации включают в себя воображение и визуализацию. Однако главная цель мысленной репетиции состоит в том, чтобы подготовиться в воображении реагировать или вести себя так, как хочется в будущей ситуации. Стратегии же мотивации — это способы стимулирования или продвижения человека вперед к мечте, цели или результату. Например, мотивация может понадобиться для того, чтобы человек полностью осуществил мысленную репетицию.

Многие люди сталкиваются с проблемами, связанными с процессом самомотивации или мотивации других людей. Это зачастую происходит, как отмечал Аристотель, из-за того, что:

*«Влечения идут вразрез друг с другом, что часто происходит, когда принципы рассудка и желания противоречивы, что возможно только для существ с чувством времени (поскольку в то время, когда разум требует сдерживать себя из-за будущего, желание управляется тем, что под рукой, — приятным объектом, который как раз под рукой, представляющим одновременно как приятный и хороший, без каких-либо условий, из-за недостатка предвидения того, что далеко в будущем)».*

Одним из способов обращения с такими конфликтами между кратковременными и долгосрочными последствиями в НЛП является использование линии времени и рамки «как если бы» для того, чтобы создать «предвидение того, что далеко в будущем». Это включает в себя использование визуализации и создания ассоциированного опыта будущего.

В дополнение к помощи создания позитивных ожиданий, стратегии мотивации — это процедуры, которые помогают людям заглянуть в свой внутренний источник мотивации и управлять им. Стратегии мотивации обычно формируются вокруг ключевых ценностей или «критериев». Для того чтобы понять свои собственные ценности и критерии, рассмотрите на мгновение следующие вопросы: «Что вообще Вас мотивирует?», «Что Вас вдохновляет?», «Что побуждает Вас к действию или что подымает Вас с кровати по утрам?»

Вот некоторые возможные ответы:

- успех;
- похвала;
- признание;
- любовь и принятие;
- формирование собственных взглядов по поводу того, что хочешь сделать своим (дом, образование, более стройное тело, работа, причина);
- создание различий в мире.

Это все примеры «критериев» или «ценностей», которые составляют основу стратегий мотивации человека. Конечно же, встает важный вопрос: «Как Вы узнаете, что некое поведение или последствия удовлетворяют конкретный критерий или ценность?» В НЛП эти условия называются «критериальные эквиваленты» или «очевидность». Они, как правило, обоснованы гораздо более сенсорно, чем критерии и ценности сами по себе, и могут подвергаться влиянию различных сенсорных характеристик опыта.

Рассмотрите способы, с помощью которых Ваше сенсорное восприятие влияет на степень Вашей мотивации. Например, подумайте о телевизионной рекламе, которая заставила Вас захотеть рекламируемый продукт. Что было такого в этой рекламе, что она вдохновила Вас пойти и купить этот продукт? Это был цвет, яркость, музыка, слова, тон голоса, движение и т.д.? Эти специфические характеристики в НЛП известны как «субмодальности», которые часто играют значительную роль в стратегиях мотивации человека.

*Перевод Дарьи Пархоменко, М.А.NLP*

