

ФОРМУВАННЯ МОТИВІВ ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ І ПОЗИТИВНОГО СТАВЛЕННЯ ДО ПРЕДМЕТА У СТУДЕНТІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

Н.Г.ШПАКОВА

Україна, м. Запоріжжя, Запорізький національний університет

Серед інших предметів іноземна мова займає особливе місце – без знання її тепер не може обійтись жодній фахівець будь-якої галузі. Адже іноземна мова служить містком між культурами різних народів і робить можливим обмін духовними цінностями. Більш того, без іноземної мови неможливі економічні, політичні і культурні відносини між країнами, боротьба народів за мир і збереження загальнолюдських цінностей. Саме з таких позицій в першу чергу слід трактувати мету навчання цього предмета у ВНЗ, а водночас і шукати джерела мотивації.

В умовах інтеграції України в міжнародний науково-освітній простір вивчення іноземних мов, а особливо англійської – мови міжнародного спілкування, є не просто складником фундаментальної освіти, а стає одним з ключових моментів розширення мобільності студентів, слугує для збагачення європейським досвідом; підвищення конкурентоспроможності випускників на внутрішньому, європейському і світовому ринках праці.

Підвищення якості навчання іноземної мови має забезпечуватися підтримкою в мотиваційному напрямку, метою чого є підвищення зацікавленості в отриманні саме знань, на противагу отриманню диплома, шляхом роз'яснювальної роботи щодо ролі володіння іноземними мовами.

Головною метою навчання англійської мови є формування у студентів комунікативної компетенції, базою для якої є комунікативні уміння, сформовані на основі мовних знань та навичок. Психологи, вивчаючи характер спонукальних сил і способи їх регуляції в навчанні, встановили різноманітність мотиваційної сфери людини, її складну структуру. Говорячи про “мотивацію”, “мотиви”, звичайно мають на увазі ті фактори, які спонукають людину до діяльності. Джерелом мотивації в найбільш загальному розумінні є певна потреба, що створюється на основі суперечностей між тим, що людина має, чим володіє, чого досягла, і тим, чого вона ще не має, чим не володіє, чого не досягла. Бажання мати, оволодіти, досягти становить

зміст потреби. І якщо в сферу таких потреб потрапляє володіння іноземною мовою, вони стають мотивацією до її засвоєння.

По-перше, на мотиваційно-спонукальну сферу можуть впливати соціальні мотиви, що визначаються потребами суспільства; у сукупності вони складають зовнішню мотивацію, яка існує у двох різновидах: як широка соціальна мотивація і вузькоособиста. По-друге, на мотиваційно-спонукальну сферу людини може впливати і характер її діяльності. Це так звана внутрішня мотивація; її підвидом є мотивація успішності. Як зовнішня, так і внутрішня мотивації можуть носити позитивний і негативний характер; в цих випадках прийнято говорити про позитивну і негативну мотивації. Існує, зрештою, і такий різновид мотивації, як дальня (дистантна, відстрочена) і близька (актуальна).

Існує кілька видів мотивації стосовно іноземної мови.

Це може бути широка соціальна мотивація, що пов'язана з досить гострим почуттям громадянського обов'язку перед країною, перед рідними, близькими людьми, пов'язана з думками про навчання, як про дорогу до засвоєння великих цінностей культури, як засіб, що дозволяє нести людям добро і користь, з уявою про навчання, як шлях до здійснення свого призначення в житті.

Другий різновид зовнішньої мотивації – вузькоособистісна – визначає відношення до оволодіння іноземною мовою, як способу самоствердження, а інколи як шлях до особистого благополуччя.

Зовнішня мотивація, як правило, буває дистантною, далекою мотивацією, розрахованою на досягнення кінцевого результату навчання. Однак її стимулюючий вплив на процес навчання може бути досить сильним. Вона на самому початку, а іноді ще й до вивчення іноземної мови націлює студентів на кінцеву мету.

Якщо зовнішня мотивація виконує «стратегічну роль», задаючи ззовні рух на увесь період навчання, то внутрішня мотивація – «тактичну», оскільки вона «підігрівається» самим процесом володіння іноземною мовою (її часто тому називають процесуальною мотивацією). Ця мотивація є близькою і актуальною, адже навчальний процес повинен бути побудований таким чином, щоб студенти на кожному занятті відчували радість від задоволення потреб, специфічних для предмету іноземна мова.

Мотивація тісно пов'язана з трактуванням цілей навчально-виховного процесу. В цьому плані дуже важливо не оцінювати їх лише крізь призму вузько практичних інтересів окремих студентів.

Взагалі, мотиви навчання мають двоякий характер. По-перше, вони можуть бути зовнішніми і виступати у вигляді вимог навчальних планів, програм, викладача, батьків. Такі мотиви ґрунтуються на почутті обов'язку перед суспільством, сім'єю, викладачем, товаришами. В їх основі – переконання в доцільності певної діяльності, почуття відповідальності, поваги до вимог вищого навчального закладу, бажання зміцнити свою репутацію гарного студента тощо.

Дія зовнішніх і внутрішніх факторів мотивації (“я повинен” і “мені хочеться”) має бути врівноваженою, крайності тут небажані. Абсолютизація внутрішнього зацікавлення звужує фактичні можливості студента, а сухий підхід з позиції зовнішніх вимог позбавляє процес навчання емоційного забарвлення.

Нарешті, мотивацію слід розглядати не як короткочасний фактор діяльності, який можна відкинути після досягнення мети. Йдеться про те, щоб почуття обов'язку було стабільним і закріплювалось у характері людини у постійне прагнення до діяльності, щоб воно стало рисою людини і впливало на хід її життєдіяльності й тоді, коли самі стимулюючі фактори перестають діяти.

Оскільки мотивація має велике значення у навчанні іноземної мови, викладачу важливо своєчасно зберегти, збудити і підтримати її. Але для цього йому необхідно чітко бачити можливі джерела мотивації:

1. Усвідомлення і прийняття студентом соціальної необхідності вивчення іноземної мови.

2. Формування у студентів особистісних потреб вивчення іноземної мови.

3. Вагомим, постійно діючим джерелом мотивації навчання іноземної мови є задоволення від самого процесу навчання, те, що називають радістю пізнання. Йдеться про те, щоб навчання було легким і студент не відчував труднощів у навчальній праці. Успіх окрилює людину, невдачі ж позбавляють її віри в свої сили.

4. У формуванні мотивів вивчення іноземної мови і позитивного ставлення студента до предмета велику роль може відіграти сам викладач. Тут, насамперед, йдеться про стосунки, які склалися між ним і кожним студентом зокрема. Якщо вони доброзичливі, довірливі, передбачають взаємодопомогу, мотив радості від навчання має сприятливий ґрунт, а позитивне ставлення студента до викладача переноситься на предмет.

Проте у соціальному трактуванні мотивів вивчення іноземної мови є ще один аспект, який заслуговує на увагу. У процесі навчання, розвитку і виховання студент прагне до ідеалу, який формується і визначається потребами суспільства, його

традиціями і звичаями. Громадське почуття обов'язку підказує студенту потребу стати високоосвіченою людиною, готовою до виконання тих завдань, які може поставити перед ним суспільство.

З огляду на це засвоєння студентом іноземної мови виступає як реалізація потреб суспільства, з якими він повинен рахуватись як громадянин. В обов'язок вчителя входить всіляко висвітлювати ці моменти – як крізь призму функцій іноземної мови в поточних подіях, так і на прикладах людей, які володіють іноземною мовою (дипломатів, бізнесменів, юристів, акторів, співаків тощо).

Отже, мотивація визначає продуктивність навчальної діяльності і є її органічною складовою. Наближення мовної діяльності на занятті до реальної комунікації дає можливість використовувати мову як засіб спілкування, підвищує інтерес студентів до навчання і до мови, яку вони вивчають.

Література:

1. Зязюн І.А. Мотивація і мотиви людської поведінки // Початкова школа. – 1999. – №6. – С.3 - 6.
2. Маркова А.К. Формирование мотивации обучения. – М.: Просвещение, 2002. – 214 с.
3. Рогова Г.В., Верещагина И.Н. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в средней школе. – М.: Просвещение, 1998. – 211 с.
4. Яцишин О.М. Визначення оптимальної структури мотиваційного синдрому вивчення англійської мови студентами економічних спеціальностей // Мова. Культура. Бізнес. – К., 2003. – Вип. 1. – С. 308-316.