

ФОРМУВАННЯ ВИСОКОГО РІВНЯ ВМОТИВОВАНОСТІ СТУДЕНТА ФАКУЛЬТЕТУ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН І ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У ВИВЧЕННІ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ В УКРАЇНІ

Статтю присвячено пошуку мотиваційних чинників, які зумовлюють розвиток зацікавленості та прагнення студента факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу до вивчення іноземної мови. Окреслено фактори, які стимулюють формування високого рівня вмотивованості студента факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу в навчальному процесі. З іншого боку, визначено можливі фактори виникнення низького рівня вмотивованості студентів. Розглянуто дослідження та роботи науковців, присвячені дослідженню феномена мотивації та процесу її зародження, а також розвитку. Виявлено різні класифікації мотивів, які обговорюються науковцями. Вважаємо виділення зовнішньої і внутрішньої форм мотивації суттєвим у формуванні методики викладання іноземної мови на факультеті міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу. Вивчено зовнішні фактори, які є визначними для працюючого населення України у вивченні іноземної мови. Наведено дані у відсотковому співвідношенні щодо рейтингу зовнішніх мотивів унаслідок опитування українських спеціалістів. З іншого боку, розглянуто внутрішню мотивацію як вигідну основу сприяння інтересу до вивчення іноземної мови, а також розвитку прагнення успішно оволодіти знаннями та навичками використання іноземної мови на практиці студентами факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу в навчальному процесі.

Унаслідок дослідження запропоновано врахування проблемно-ситуативного та інтерактивного підходів викладання, які сприяють становленню високого рівня вмотивованості студента, які вивчають міжнародну економіку і туристичний бізнес. Визначено практичні прийоми впровадження методики проблемно-ситуативного характеру, що практикуються у навчальному процесі вивчення іноземної мови на факультеті міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу. Окреслено принцип роботи інтерактивного підходу у викладанні іноземної мови студентам спеціальностей міжнародної економіки та туристичного бізнесу. Наведено приклади спеціалізованих адаптованих матеріалів, які використовуються на факультеті міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу під час занять з іноземної мови.

Ключові слова: мотивація, мотив, вивчення іноземної мови, чинник, навички, внутрішня мотивація, зовнішня мотивація, інтерес, прагнення.

Постановка проблеми. Сучасний ринок інтелектуальної праці потребує фахівців, які вільно володіють іноземною мовою і навичками міжкультурної комунікації на рівні міжнародних стандартів. Це зумовлено розширенням міжнародних економічних зв'язків і бізнесу. Отож перед студентами факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу ставляться не тільки завдання оволодіння спеціальними професійними знаннями та навичками, а й їх застосування у міжнародному економічному середовищі, що вимагає високого рівня володіння іноземною мовою.

Варто зазначити, що студенти факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу насамперед концентрують увагу на вивченні дисциплін економічної спеціальності. З іншого боку, вони надають меншого значення здобуттю навичок іншомовного спілкування. Як наслідок, спостерігається відсутність належної уваги до вивчення іно-

земної мови. Отже, виникає необхідність долучати всі можливості, а саме – різні методи і прийоми навчання іноземної мови, які формують високий рівень мотивації студентів економічної спеціальності до вивчення іноземної мови.

Однак тільки окреслення перспектив застосування навичок вільного володіння іноземною мовою в майбутній професійній діяльності виявляється недостатнім. З'являється необхідність створення умов підвищення мотивації до вивчення іноземної мови. Зокрема, стимулювання позитивного ставлення до іншомовної підготовки і формування спеціальних професійно-значущих якостей є головною умовою підвищення мотивації до вивчення іноземної мови. Вважаємо, що формуванню високого рівня вмотивованості студента факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу в навчальному процесі сприяє врахування таких факторів:

- чітка постановка мети;
- дотримання професійного спрямування;
- комунікативний фактор;
- інтерактивне засвоєння матеріалу;
- результативність.

Визначним чинником формування у студентів необхідності вивчення іноземної мови є можливість відчувати умови її практичного застосування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Суттєво важливим аспектом сучасної освіти є формування у студента мотивації навчання. Саме такої думки дотримуються у своїх роботах учні-психологи та педагоги І.Д. Бех, Ю.Н. Кулюткін, А.Н. Леонтьєв, Г.І. Щукіна, П.М. Якобсон. Вважається, що уваги викладача заслуговують не тільки успіхи студента, але й розвиток його особистості в процесі навчання. Формування мотивації до навчання є певним внеском викладача в еволюцію студента як особистості. Адже цей процес визначається як виховання у студента навчальних цінностей, які становлять сукупність усвідомлюваних і реально діючих мотивів пізнавати та засвоювати новий матеріал.

Звернемося до самого поняття «мотивація». На думку С.У. Гончаренка: «Мотивація – система мотивів або стимулів, яка спонукає людину до конкретних форм діяльності або поведінки». Згідно із ствердженням Є.П. Ільїна, до мотивів навчальної діяльності входять усі фактори, які спонукають прояв навчальної активності [4, с. 253].

Варто розглянути два різновиди мотивації вивчення іноземної мови, до яких В.В. Безлюдна відносить комунікативну і лінгвопізнавальну мотивації. Прагнення до спілкування іноземною мовою визначає комунікативна мотивація. Лінгвопізнавальна мотивація базується на зацікавленості у вивченні іноземної мови як системи знаків і символів. З огляду на навчальний процес студентів факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу можна зазначити високий рівень комунікативної мотивації, тоді як рівень лінгвопізнавальної мотивації є невисоким [1, с. 33]. Це необхідно враховувати під час формування чіткого бажання й інтересу до вивчення іноземної мови.

Слід звернути увагу на дослідження Т.О. Гордєєвої структурно-динамічної моделі мотивації діяльності, орієнтованої на успіх і досягнення [3, с. 4] Згідно з ним, є чотири блоки мотиваційних змінних, що відрізняються за функцією, що виконують, і характером взаємодії з іншими компонентами взаємодії структури мотивації:

- мотиваційно-смысловий;
- мотиваційно-регуляторний;
- когнітивно-мотиваційний;
- інтегративний.

Мотиваційно-смысловий блок передбачає ієрархію внутрішніх і зовнішніх мотивів, які запуска-

ють діяльність. Мотиваційно-регуляторний блок становить процес визначення мети і самоконтроль під час виконання діяльності. Когнітивно-мотиваційний блок містить когнітивні предиктори, що активізують наполегливість, уявлення про причини успіху і невдачі. До інтегративного блоку належать завзятість, увага та наполегливість під час досягнення поставлених цілей і зіткнення з труднощами [3, с. 5].

Якщо розглядати зовнішні мотиви вивчення іноземної мови в Україні, то психологи виділяють шість таких мотивів:

1. кар'єрний ріст;
2. навчання та стажування за кордоном;
3. закордонний відпочинок;
4. робота з іноземними партнерами;
5. участь у міжнародних конференціях і тренінгах;
6. закордонні відрядження.

Київський центр «Інтенсив» провів маркетинг дослідження з виявлення причин вивчення іноземної мови, в якому взяли участь 460 працюючих чоловіків і жінок у віці від 22 до 49 років [9]. Результати виявились такими:

51% опитаних вивчають іноземну мову для кар'єрного росту;

23% – із метою навчання та стажування за кордоном;

12% мають бажання комфортно почуватися у відпустці;

7% – для спілкування у закордонних відрядженнях;

4% – для участі у міжнародних конференціях і тренінгах;

3% – для спілкування з іноземними бізнес-партнерами.

Отже, більша кількість опитаних (51%) мотивували прагнення до вивчення іноземної мови перспективами професійного розвитку. Зважаючи на те, що учасниками опитування були працюючі українці, то можна припустити, що вони стикалися із застосуванням іноземної мови в робочому процесі і розуміють її необхідність у подальшому кар'єрному майбутньому. Вважаємо, що такий висновок надає нам привід звернутися не тільки до психологічного аспекту мотивації вивчення іноземної мови студентами немовної спеціальності, а й до дослідження цього питання в педагогічній площині. Адже визначення відповідної методики викладання, яка має мотиваційний характер, є своєрідним внеском у навчальний процес і гарантією успішності у вивченні іноземної мови.

Мета статті – визначити мотиваційні чинники, які сприяють формуванню розуміння необхідності вивчення іноземної мови для застосування її в таких професійних сферах, як міжнародна економіка та туризм. З іншого боку, в роботі увага приділяється розгляду методів і практичних прийомів

стимулювання зацікавленості та високої концентрації уваги студентів факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу до занять із вивчення іноземної мови.

Виклад основного матеріалу. Вважаємо, що доцільно звернутися до класифікації навчальної мотивації Едварда Л. Десі та Річарда М. Раяна [8, с. 58]. Вони виділяють внутрішню і зовнішню форми мотивації. Бажання та рішучість студента оволодіти новими знаннями та способами їх застосування становлять внутрішню мотивацію. Інтерес до навчання і прояв вольових зусиль для досягнення успіху в пізнавальній діяльності є показниками внутрішньої мотивації. Вона сприяє реалізації потреби в інтелектуальному самовдосконаленні. До зовнішніх мотивів належать зовнішні чинники. Наприклад, мотив самоствердження, мотив здобуття нагороди тощо. Вони реалізують потреби в зовнішньому (матеріальному, соціальному) благополуччі. В такому разі студент концентрується саме на зовнішніх потребах вивчення іноземної мови, а не на змісті дисципліни та прокачуванні навичок її використання.

Унаслідок аналізу мотивації студентів факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу до вивчення іноземної мови були виявлені такі фактори низького рівня вмотивованості:

1) прагматичні зовнішні мотиви, наприклад прагнення «залишитись на стипендії» тощо;

2) низький стартовий рівень бакалавра – недостатня мовна підготовка в середньому навчальному закладі, відсутність форми контролю у вигляді зовнішнього незалежного оцінювання в деяких студентів перед вступом до вищого навчального закладу тощо;

3) недостатній рівень усвідомлення значення іноземної мови для майбутнього професійного росту.

Вищезгадані фактори є проявом зовнішньої мотивації до вивчення іноземної мови. Отже, розвиток внутрішньої навчальної мотивації вирізняється високою ефективністю та результативністю, на відміну від зовнішньої.

Висновки і пропозиції. Викладаючи іноземну мову студентам факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу, варто звертати увагу на їх внутрішні стремління здобути відповідні знання та навички, а також зовнішні мотиви, які спонукають студентів до роботи на заняттях.

Для розвитку внутрішньої мотивації необхідно побудувати заняття так, щоб воно стимулювало інтерес, а також підкреслювало значення навчального процесу. Вважаємо, що ефективною є методика, яка допомагає моделювати ситуації використання іноземної мови, створюючи своєрідний «плацдарм» тренування усного та письмового спілкування іноземною мовою. Проблемно-

ситуативна методика викладання іноземної мови, яка є в пріоритеті у роботі зі студентами факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу, створює умови для формування навичок, які з легкістю можна застосовувати на практиці реальних ситуацій. Відтворення ситуацій реального спілкування формує розуміння у студента значення вивчення іноземної мови. Інструментами впровадження проблемно-ситуативної методики на факультеті міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу є такі:

1. спеціально адаптовані матеріали: підручники з іноземної мови бізнес-спрямування, навчальні посібники для студентів готельно-ресторанної справи тощо;

2. дискусії іноземною мовою, які моделюють актуальні ситуації переговорів бізнес-партнерів, послів, інвесторів, економістів тощо;

3. заходи з практики підготовки та написання наукової роботи іноземною мовою, конференції із презентаціями гострих економічних проблем іноземною мовою;

4. використання актуальних відео- і аудіо-ресурсів.

З іншого боку, інтерактивний підхід проведення занять сприяє прояву інтересу і уваги до навчального процесу. В цьому разі структуру заняття вдало доповнюють інтерактивні завдання, наприклад завдання *warming up* («розминка»), яке проводиться на початку заняття для повторення матеріалу та активного початку заняття.

Отже, високий рівень вмотивованості студента факультету міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу слугує рушійною силою його успішного вивчення іноземної мови. Важливо підтримувати внутрішню мотивацію студента актуальним спеціалізованим матеріалом, цікавими завданнями, різноманітною структурою. Перспективу подальших пошуків убачаємо у поглибленому і всебічному вивченні мотиваційних методик навчання і проведенні занять з іноземної мови на факультеті міжнародних економічних відносин і туристичного бізнесу.

Список використаної літератури:

1. Безлюдна В.В. Мотивації навчання як основна складова оволодіння іноземною мовою студентів немовних спеціальностей. *Збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету*. 2013. Ч. 2. С. 32–37.
2. Бех І.Д. Виховання особистості : у 2 кн. Київ : Либідь, 2003. Кн. 1. : Особистісно орієнтований підхід: теоретико-технологічні засади. 2003. С. 280.
3. Гордеева Т.О., Осин Е.Н. Особенности мотивации достижения и учебной мотивации студентов, демонстрирующих разные типы академических достижений (ЕГЭ, победы в олимпиадах,

- академическая успеваемость). Т.О. Гордеева, Е.Н. Осин *Психологические исследования*: электрон. науч. журн. 2012. Т. 5. № 24.
4. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы. Санкт-Петербург : Питер, 2000. С. 512.
 5. Кулюткин Ю.Н. Психология обучения взрослых. Москва : Просвещение, 1985. С. 128.
 6. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. Москва : Политиздат, 1975. С. 352.
 7. Щукина Г.И. Активизация познавательной деятельности учащихся в учебном процессе. Москва : Просвещение, 1979. С. 160.
 8. Ryan R.M., Deci E.L. Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Journal of Contemporary Educational Psychology*. Vol. 25. Issue 1. January, 2000. P. 54–67.
 9. URL: <http://www.osvita.org.ua/articles/594.html>.

Bolibok N. Formation of a high level of motivation of a student of school of international economic relations and travel business in studying a foreign language in Ukraine

The article is devoted to the search for the motivation factors that determine the development of interest and aspiration of the student of the School of International Economic Relations and Travel Business to the study of a foreign language. The factors which stimulate the formation of a high level of motivation of the student of the School of International Economic Relations and Travel Business within the educational process are outlined. On the other hand, the possible factors of the low level of motivation of students are identified. The research and work of scientists devoted to the study of the phenomenon of "motivation" and the process of its origin, as well as development, are considered. Different classifications of motives, which are discussed by scientists, are revealed. We consider the allocation of external and internal forms of motivation to be essential in shaping the teaching methods of a foreign language at the School of International Economic Relations and Travel Business. External factors, significant for the working population of Ukraine in a foreign language studying, are studied. The percentage data of the rating of external motivation of studying a foreign language as a result of a survey of Ukrainian specialists is provided. On the other hand, we consider internal motivation as an advantageous basis for promoting interest in learning a foreign language, as well as the development of the desire to master successfully the knowledge and skills of using a foreign language in practice by students of the School of International Economic Relations and Tourism Business in the educational process.

As a result of the study, problem-situational and interactive teaching approaches that contribute to the high level of motivation of a student studying the international economy and tourism business are suggested. The practical methods of implementation of the problem-situational methodology, which are practiced in the educational process of studying a foreign language at the School of International Economic Relations and Travel Business, are determined. The principle of the interactive approach in teaching foreign languages to students of the specialties of the international economy and tourism business is outlined. The examples of specialized adapted materials used in the faculty of international economic relations and tourism business during foreign language classes are given.

Key words: *motivation, motive, studying a foreign language, factor, skills, internal motivation, external motivation, interest, aspiration.*