

визначають і наявність безлічі класифікаційних моделей ціннісних орієнтацій, що розрізняються критеріями, покладеними в їхню основу. Так, у різних концепціях розділяються абсолютні і відносні, об'єктивні і суб'єктивні, ідеальні і реальні, індивідуальні і соціальні, внутрішні і зовнішні цінності.

Ціннісні орієнтації розглядаються також і як система сприйнятих особою соціальних цінностей, яка є одним із чинників, що зумовлюють рух особи від події до події у напрямі до майбутнього. “Плануючи своє майбутнє, – відзначає Є.І. Головаха, – окреслюючи конкретні події – плани і цілі, людина виходить перш за все з певної ієрархії цінностей, що є у її свідомості. Орієнтуючись у широкому спектрі соціальних цінностей, індивід вибирає ті з них, які найбільш тісно пов'язані з його домінуючими потребами. Предмети цих потреб, будучи усвідомленими особою, стають її провідними життєвими цінностями” [1]. Вибіркова спрямованість особи на певні цінності відображається в ієрархії ціннісних орієнтацій особи. Унаслідок цього ціннісні орієнтації особи розглядаються в тісному взаємозв'язку із життєвою перспективою, життєвими цілями і планами.

Ціннісні орієнтації є вищим рівнем диспозиційної структури особистості й інтерпретуються дослідниками як орієнтації на цілі життєдіяльності і засоби їх досягнення. За цією ознакою можна виділити орієнтації, об'єктом яких є людина, її соціально значущі якості і способи їх відтворення і розвитку. Не менш важливою особливістю цих орієнтацій є те, що вони реалізуються у соціальній сфері. Усе це, на думку В.А. Матусевич, дає право визначати їх як соціальні орієнтації [4].

ЛІТЕРАТУРА

1. Головаха Е.И., Кроник А.А. Психологическое время личности. – К.: Наукова думка, 1984. – 117 с.
2. Головенько В.А., Корнієвський О.А. Український молодіжний рух: історія та сьогодення. – К.: Наук. думка, 1994. – 111 с.
3. Здравомыслов А.Г. Потребности. Интересы. Ценности. – М.: Политиздат, 1986. – 233 с.
4. Матусевич В.А. Социальные ориентации личности: опыт типологии // Филос. и социол. мысль. – 1992. – № 2. – С. 115.

УДК 371.315

Милогородська М.О.

МОТИВАЦІЯ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ТУРИСТСЬКОГО БІЗНЕСУ ДО ВИВЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ МОВ

У статті досліджується мотивація майбутніх фахівців туристського бізнесу до вивчення іноземних мов; розкриваються поняття та види мотивації, можливості їх формування на заняттях з іноземної мови. Особлива увага приділена внутрішній мотивації.

В статті досліджується мотивація майбутніх фахівців туристського бізнесу до вивчення іноземних мов; розкриваються поняття та види мотивації, можливості їх формування на заняттях з іноземної мови. Особлива увага приділена внутрішній мотивації.

иностранных языков; раскрываются понятие и виды мотивации, возможности их формирования на занятиях по иностранному языку. Особое внимание уделено внутренней мотивации.

The article is dedicated to motivation of future professionals in the sphere of tourism while studying foreign languages. The notion and types of motivation, possibilities of their formation at the lessons of foreign languages are disclosed in the article. Special attention is paid to inherent motivation.

Підготовка висококваліфікованих фахівців у галузі туризму, який останніми роками характеризується стрімкою динамікою розвитку та тенденцією домінування у структурі соціальних інститутів, є найважливішим напрямом роботи системи вищих навчальних закладів в Україні. Вітчизняна туристська сфера є невід'ємною складовою світового туристського процесу і повинна посісти гідне місце у всесвітньому туристському просторі [7, 3].

З цим завданням зможуть упоратись тільки професіонали, які оволоділи фаховими вміннями і які здатні успішно реалізувати необхідні виробничі функції.

В освітньо-кваліфікаційній характеристиці бакалавра напряму підготовки 0504 “Туризм”, яка є освітнім стандартом цієї галузі, важливе місце відводиться іноземним мовам, іншомовній комунікативній компетенції сучасних спеціалістів туристичної сфери. Майбутні фахівці повинні вміти здійснювати усні та письмові контакти в ситуаціях професійного спілкування, здійснювати читання й осмислення професійно орієнтованої та загальнонаукової іншомовної літератури, використовувати інформаційні технології (інформативні бази даних, гіпертексти, системи навігації тощо) та іншомовну інформацію на електронних носіях, включаючи мережу Internet [4, 27].

Ефективне формування іншомовної комунікативної компетенції неможливе без сформованості мотиваційної сфери студентів, яка є необхідною передумовою успішності навчальної діяльності. На думку І.О. Зимньої, немотивоване навчання іноземної мови позбавляє цей процес психологічної сутності [1].

Як відомо, навчання, як і будь-яка інша діяльність, здійснюється під впливом певних стимулів, спонукань, що виконують роль рушійних сил навчальної активності. Такими спонукальними стимулами є потреби, інтереси, переконання, ідеали, уявлення студента про себе, ціннісні орієнтації та ін. Вони утворюють мотивацію (або мотиваційну сферу) навчальної діяльності.

Інтерпретація “мотиву” співвідносить це поняття з потребою (Ж. Ньютенн, А. Маслоу), з переживанням цієї потреби та її задоволенням (С. Рубінштейн) або з предметом потреби (О. Леонт'єв). При цьому розуміння мотиву як “опредмеченої потреби” визначає його як внутрішній мотив, що входить до структури власне діяльності. За Л. Божович мотивами можуть бути предмети

зовнішнього світу, уявлення, ідеї, почуття, переживання, тобто все, у чому втілюється потреба. Поняття “мотив” вужче, ніж поняття “мотивація”, останнє містить усі види спонукань: мотиви, потреби, інтереси, цілі, прагнення, мотиваційні установки або диспозиції, ідеали тощо.

Потреба – психічний стан, що характеризується пізнавальною активністю людини, її готовністю до засвоєння знань. Емоційне переживання пізнавальної потреби та її задоволення є інтересом. За А. Марковою інтерес може бути широким, плановим, результативним, процесуально-змістовним, навчально-пізнавальним і перетворювальним (вищий рівень) [3, 16]. Важливою передумовою виникнення інтересу до учіння є виховання широких соціальних мотивів цієї діяльності, розуміння її змісту, усвідомлення важливості набутих знань для життєдіяльності.

Інтерес до змісту навчання і власне навчальної діяльності викликає і така її організація, що дає змогу тим, хто навчаються, проявити інтелектуальну самостійність та ініціативність. При цьому основним засобом є використання таких завдань і запитань, розв’язання яких потребує активної пошукової діяльності [2, 62]. Значну роль у формуванні інтересу до учіння відіграють створення проблемних ситуацій, посилення складності навчального матеріалу, його емоційне забарвлення, особистість педагога, форми його спілкування з учнями [6, 166].

Навчальна діяльність зумовлюється передусім внутрішнім мотивом, коли пізнавальна потреба особистості “зустрічається” з предметом діяльності, опрідмечується в ньому, а також із зовнішніми мотивами (самоутвердження, престиж, обов’язок, необхідність, досягнення тощо).

Особливо гостро стоїть проблема мотивації під час вивчення іноземної мови у вищих закладах освіти, де іноземні мови не є фахом. Студенти, які вступають до інститутів чи університетів, – це випускники шкіл з не завжди сформованою належною мотивацією, адже, як зазначають дослідники, вона знижується від класу до класу [5, 5].

Випускники шкіл, які обрали напрям підготовки “Туризм”, мають на меті оволодіти спеціальністю менеджера в туристській галузі, керівника, організатора турагенції тощо. Як засвідчили опитування та анкетування серед 34 студентів I курсу факультету туризму Київського університету туризму, економіки та права, вони розуміють важливість вивчення іноземних мов. Серед мотивів і спонукальних факторів вони виділяють такі: пізнавальні мотиви, мотиви престижності мови, досягнення високих результатів у майбутній діяльності, самостійний пошук інформації.

Однак розуміння важливості володіння іноземною мовою ще не означає, що на практиці всі студенти усвідомлено вивчають іноземну мову. Цей предмет не став ще для них “сферою цілей”, але повинен стати таким у процесі навчання в університеті.

У мотивації оволодіння іноземною мовою розрізняють зовнішню і внутрішню мотивації.

Зовнішня мотивація перебуває під впливом потреб суспільства і має два підвиди: широку соціальну і вузько особисту мотивації.

Внутрішня мотивація зумовлена характером самої діяльності, а її основними підвидом вважається мотивація успішності. Як зовнішня, так і внутрішня мотивації можуть мати позитивний і негативний характер, тобто мотивація може бути негативною і позитивною. Розрізняють і такі підвиди мотивації, як віддалена (дистантна, відстрочена) і близька (актуальна) мотивація (П.М. Якобсон).

Прикладом зовнішньої соціальної мотивації може бути бажання брати участь у міжнародних форумах, а зовнішньої вузько особистої – набуття престижної професії, для чого необхідне володіння іноземними мовами. Негативна мотивація: з одного боку, нелюбов до іноземної мови, а з другого боку, небажання повторити помилку батьків, які не оволоділи іноземною мовою. Внутрішня мотивація зумовлюється самим процесом оволодіння іноземною мовою: одержання задоволення від читання текстів іноземною мовою або листування з ровесниками з інших країн тощо.

Зовнішня мотивація буває дистантною, далекою, вона розрахована на досягнення кінцевого результату навчання. Її стимулюючий вплив на процес навчання може бути достатньо сильний. Вона із самого початку спрямовує учнів на “понадзавдання”. Важливо побудувати процес навчання так, щоб студент на кожному етапі відчував своє наближення до поставленої мети. Якщо зовнішня мотивація виконує “стратегічну роль”, то внутрішня мотивація відіграє “тактичну роль”, тому що вона підтримується самим процесом оволодіння іноземною мовою [5, 8].

Внутрішня мотивація поділяється також на комунікативну, лінгвопізнавальну та інструментальну (за Г.В. Роговою). Основним різновидом внутрішньої мотивації є комунікативна мотивація. Студенти факультету туризму одногосно формулюють свої потреби як комунікативні, а саме: говорити іноземною мовою з майбутніми клієнтами, колегами із-за кордону та писати з професійною метою та для задоволення (наприклад, писати особисті листи, читати іноземною мовою). Однак, незважаючи на яскраво виражене бажання студентів спілкуватись, саме цей вид мотивації найскладніше зберегти і сформулювати. Річ у тім, що під час оволодіння іноземною мовою в атмосфері рідної мови іноземна мова стає штучним засобом спілкування. Навіть випускники лінгвістичних ВНЗ не використовують її під час спілкування між собою, тому важливо розуміти, що комунікація іноземною мовою на заняттях має здебільшого умовний характер [5, 9].

Постановка навчального завдання перед студентами – вихідна точка для створення мотивації. Формування завдання має комунікативний характер. Навчальні матеріали мають викликати інтерес у студентів, а завдання викладача – зробити заняття цікавим, внести ті конкретні факти і відомості, що є важливими для студентів. Це досягається за допомогою обговорення на заняттях матеріалів, тісно

пов'язаних з майбутньою професійною діяльністю студентів: відомостей про види туризму, його особливості в різних країнах, туризм в Україні, дослідження і регулювання сфери туризму тощо.

Заняття “оживає”, коли його змістом стають факти і події, що стосуються самих студентів. Фактично будь-яку тему на занятті з іноземної мови можна зробити особистісно важливою. Для цього викладач повинен бути обізнаним з майбутнім фахом своїх студентів, уміти реалізувати міжпредметні зв'язки, сприяє збереженню комунікативної мотивації й адекватне використання колективних форм роботи на занятті. Кожний студент повинен знайти свою форму прояву в бесіді, диспуті, проекті.

Лінгвопізнавальна мотивація ґрунтується на позитивному ставленні до мовної матерії, до оволодіння мовним матеріалом. Існують два шляхи формування лінгвопізнавальної мотивації: опосередковано, тобто через комунікативну мотивацію, та неопосередковано шляхом стимулювання пошукової діяльності в учнів в мовному матеріалі [5, 15]. Щоб зацікавити студентів, наприклад, іншомовним лексичним матеріалом, треба побудувати роботу над ним так, щоб студенти бачили мовну перспективу його використання. Наприклад, коли вивчається лексика з теми “Зелений туризм”, то бажано на цьому ж занятті спонукати студентів використовувати вивчену лексику в навчальних ситуаціях, також потрібно надавати комунікативно-спрямованого характеру завданням-інструкціям, які під кінець вивчення теми стають комунікативними.

Студенти повинні відчувати необхідність у мовному матеріалі для розширення і поглиблення своїх мовних можливостей. Вони мають відчувати потребу в нових словах, граматичних структурах, щоб висловитися, мотивація при цьому підвищується. Важливу роль тут відіграє розвиток мовної здогадки. Вона мотивує до подальшого лінгвістичного пошуку. Важливо також спонукати студентів до накопичення мовного матеріалу. Для цього рекомендується використовувати різноманітні мовні ігри, органічно включаючи їх до занять, це активізує сприйняття і запам'ятовування. Викладач має чітко уявляти методичний потенціал кожної окремої гри.

Важливим видом внутрішньої мотивації є інструментальна мотивація, коли студенти позитивно сприймають певні форми роботи. Так, наприклад, робота з комп'ютерними програмами, пошуковими та навігаційними системами мережі Internet, сайтами різних турфірм. Крім того, викладач повинен правильно керувати самостійною діяльністю студентів. Він окреслює конкретну мету, якої вони мають досягти, навчає спеціальних прийомів, що сприяють концентрації уваги учнів на основних ознаках мовленнєвого матеріалу, навчає створювати картотеки, каталоги, уміти користуватися ними, складати картки для самостійної роботи тощо.

Отже, саме від викладача іноземної мови залежить, чи буде ефективним процес вивчення іноземної мови студентами – майбутніми фахівцями в галузі туризму і чи будуть перелічені види і підвиди мотивації, особливо комунікативна, перетворені в реальну рушійну силу процесу формування

іншомовної комунікативної компетенції протягом усіх років навчання в університеті.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зимняя И.А. Педагогическая психология. – М.: Логос, 2000. – 384 с.
2. Левченко Т.И. Актуализация мотивационных ресурсов при обучении неродному языку. – К.: УКРВУЗПОЛИГРАФ, 1992. – 238 с.
3. Маркова А.К., Орлова А.Б. Мотивация учения и её воспитание у школьников. – М.: Педагогика, 1983. – 64 с.
4. Освітньо-кваліфікаційна характеристика бакалавра. Напрям підготовки 0504 “Туризм”. – К., 2004.
5. Рогова Г.В., Рабинович Ф.М., Сахарова Т.Е. Методика обучения иностранным языкам в средней школе. – М.: Просвещение, 1991. – 287 с.
6. Тальзина Н.Ф. Педагогическая психология. – М.: Академия, 2003. – 288 с.
7. Федорченко В.К., Мініч І.М. Туристський словник-довідник: Навчальний посібник. – К.: Дніпро, 2000. – 160 с.

УДК 378.14:930.22:168.522

Назаренко Н.С.

СУТНІСТЬ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ У МАЙБУТНІХ ДОКУМЕНТОЗНАВЦІВ

У статті розкрито сутність технології формування комунікативної компетентності у майбутніх документознавців. Розроблено модель формування комунікативної компетентності у майбутніх документознавців у процесі вивчення гуманітарних дисциплін. Зроблено висновок про необхідність реалізації технології для підвищення рівня сформованості комунікативної компетентності у фахівців.

В статье раскрыта сущность технологии формирования коммуникативной компетентности у будущих документоведов. Разработана модель формирования коммуникативной компетентности у будущих документоведов в процессе изучения гуманитарных дисциплин. Сделан вывод о необходимости реализации технологии для повышения уровня сформованности коммуникативной компетентности у специалистов.

The main point of technology of forming communicative competence to future specialists of information activity and paperwork is discovered in the article. The model of forming communicative competence to future specialists of information activity and paperwork in the process of learning the humanities has been developed. It has been summarized to realize technology for improving the level of specialists' communicative competence.

Ключові слова: комунікативна компетентність, модель формування комунікативної компетентності, документознавець, гуманітарні дисципліни, технологія навчання.

Інтеграція з європейськими країнами, інтернаціоналізація ділових відносин у різних сферах діяльності людини, інтенсивний розвиток інформаційних та освітніх технологій обґрунтовують необхідність підготовки фахівців за спеціальністю