

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ СТУДЕНТІВ В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА

Анотація. У статті викладено основні чинники формування мотивації студента в умовах інформаційного суспільства. Стаття подає інформацію про особливості формування зовнішньої мотивації, внутрішніх мотивів та впливу емоцій успіху-неуспіху на розвиток особистості студента у процесі навчання.

Ключові слова: інформаційне суспільство, мотивація, мотив, особистість студента.

Abstract. The article presents the main factors regarding formation of student motivation in the context of information society. The article gives information about the peculiarities of external motivation and internal motives formation as well as the impact of success-failure emotions on the student personality development in the process of education.

Key words: external motivation, internal motivation, success-failure emotions, student personality.

На сучасному етапі розвитку суспільства інформація та знання відіграють важливу роль не тільки під час професійного навчання, а й для подальшого становлення та розвитку особистості в умовах професійної діяльності. Оскільки суспільство постійно розвивається, виникла нова модель, що пов'язана зі способом оброблення та використання інформації.

Йдеться про розвиток глобальної інформаційної єдності, де важливого значення набуває інформація та знання, формування нових форм демократичного управління суспільством, структурні перетворення в кар'єрному зростанні, праці та в інших сферах суспільного життя. У зв'язку з вищезазначеним формуються нові взаємовідносини людей на економічному, соціальному та духовному рівнях. Наведене вище відноситься до поняття «інформаційне суспільство».

Інформаційне суспільство можна характеризувати за допомогою таких основних чинників:

1. Визначальним чинником суспільного життя в цілому стає наукове знання, воно витісняє ручну та механізовану працю як фактор вартості товарів та послуг. Економічні та соціальні функції капіталу переходять до інформації.

2. Рівень знань, а не власність, стає визначальним чинником соціальної диференціації. Поділ на «багатих» і «незаможних» набуває принципово нового характеру: привілейований шар утворюють інформовані, тоді як непоінформовані — це «нові бідні».

3. Інфраструктурою інформаційного суспільства є нова «інтелектуальна», а не «механічна» техніка [4, с. 184].

У зв'язку з цим розвиток мотиваційної бази майбутніх фахівців, постановка цілей, яких вони прагнуть досягти в майбутньому, суттєво впливає на якість засвоєння знань з метою здобуття професійних умінь та навичок.

Зазвичай до мотивації відносять все те, що стимулює здійснювати реальну

діяльність: загальні та конкретні життєві цілі, заради яких людина вчиться, працює, виховує дітей, захоплюється подорожами, тобто досягненню яких вона присвячує все своє життя.

Вивченню мотивації як компонента навчальної та професійної діяльності майбутніх фахівців присвячують праці такі психологи та педагоги: Є. Ільїн, А. Бугрименко, І. Красногорова, Л. Буйновська, І. Дельгас, В. Клачко, П. Скляр, Т. Алієва, М.Олейник, К. Патяєва, В. Терещенко, В. Завіна, Т. Дуткевич, Д. Стіпек, М.Х. Дембо, К.Р. Уенцел, А. Уігфілд, Г. Рейд, М. Колесник.

Проблеми мотивації студентів, майбутніх фахівців, розглядаються і в працях зарубіжних дослідників: М.Х. Дембо, К.Р. Уенцел, А. Уігфілд, Г. Рейд та ін.

Зокрема М. Дембо, визначаючи стратегії для успішного навчання у коледжі, розглядає мотивацію як внутрішні процеси, що спрямовують поведінку людини та надають їй енергію. Ці внутрішні процеси включають цілі, відчуття, очікування та переконання. Дослідник розрізняє успішного та неуспішного студента, вказуючи на те, що успішний студент знає, як мотивувати себе, а неуспішному студенту важко керувати своєю мотивацією. Щоб бути успішним у навчанні, студент повинен ставити перед собою цілі, розвивати позитивне ставлення до своїх здібностей, вміти концентруватися та розвивати свою впевненість у здатності до навчання, використовуючи різноманітні навчальні стратегії. Мотивація студентів ВНЗ складається з трьох інтерактивних компонентів:

1. Особисті та соціокультурні фактори (тобто особистісні характеристики, до яких входять особисті, сімейні, культурні цінності студентів).

2. Фактори навчального середовища, до яких відносяться навчальний досвід на різних курсах.

3. Внутрішні фактори або відчуття та переконання студентів. На думку дослідника, внутрішні фактори є ключовими у розумінні поведінки студента [5, с. 155].

Студент, мотивований на досягнення успіху в навчальній діяльності, формує цільову базу стосовно майбутньої професійної діяльності, прагнучи досягти успіху в кар'єрі.

Саме емоції успіху-неуспіху є тим універсальним механізмом, який взаємодіє з процесом регуляції діяльності та на основі набутого досвіду сповіщає індивіда про досяжність цілей та виправданість діяльності. У. Макдауголлу визначає, що функціональне призначення емоцій успіху полягає в тому, що вони підсилюють та підтримують вихідне спонукання до мети, тоді як емоції неуспіху затримують та відхиляють це спонукання [2, с. 96].

На важливості знань про емоції наголошують і інші дослідники. Захоплюючи емоції успіху-неуспіху, що виникають під час сприйняття одних умов, які були причиною радощів чи смутку в минулому, сповіщають суб'єкта про вирогідний результат діяльності до реального її завершення. Така попередня інформація про безвихідь дій в одному напрямку та про вирогідний успіх в іншому суттєво полегшує суб'єкту пошук шляху досягнення мети [3, с. 12].

Отже, велику роль має вибір методів навчання та виховання, під час яких студенти відчуватимуть емоції успіху, які сприятимуть формуванню позитивних

мотивів до навчання та подальшої професійної діяльності.

Є. Ільїн розглядає зовнішню мотивацію як зовнішній вплив на процес формування мотивації з метою стимуляції початку мотиваційного процесу або з метою втручання у вже розпочатий мотиваційний процес. Йдеться про психологічний вплив ззовні на мотиваційний процес, а не про дійсне формування мотиву сторонньою людиною. Науковець зазначає, що в процесі навчання неможливо ззовні впливати на формування мотиву, можливо лише сприяти цьому процесу, адже мотив — це складне психологічне утворення, яке повинен сформувати сам суб'єкт за допомогою особистісних утворень: захоплень та уподобань, морально-етичних принципів, особистісного спрямування та самооцінки. Відповідно ззовні формуються не мотиви, а мотиватори.

Внутрішні мотиви базуються на формуванні потреб особистості та спонукання її до пошукової активності. Virізняють зовнішню та внутрішню пошукову активність.

Зовнішня пошукова активність здійснюється людиною в тому випадку, коли вона потрапляє у незнайому ситуацію та не володіє необхідною інформацією для прийняття рішень. Саме тому, зазнаючи впливу первинного мотиву, людина змушена зайнятися пошуком реального об'єкту, який був би спроможним задовольнити існуючу потребу.

Внутрішня пошукова активність пов'язана з розумовим перебиранням конкретних предметів задоволення потреби та умов їх отримання [1, с. 20—25].

У процесі навчання студентів в умовах розвитку інформаційного суспільства необхідно приділяти увагу особливостям становлення особистості студента. Оскільки головною цінністю інформаційного суспільства стає інформація та вища її форма — знання, то зазначене вище має безпосередній вплив на формування мотиваційної сфери студента. Отже, освіта, навчання, техніка і технології, а також способи, що дозволяють здобути знання, тісно пов'язані зі спрямуванням особистості, з її уподобаннями та захопленнями. Викладач може формувати внутрішні мотиви до навчальної діяльності, керуючись тим, що виникають нові методи, способи та форми передавання інформації.

У наш час, коли постійно зростає кількість відомостей про нові дослідження, проекти тощо, важливим стає те, як подати інформацію про них. Адже відомо, що нове буття створює нові інформаційні реалії, світогляд студентів змінюється.

У сучасних соціальних умовах у науковому співтоваристві почалося становлення нового типу презентації плодів наукової діяльності. Якщо раніше традиційною в науці була діяльність пошуку і виробництва нового знання, то в сучасному науковому світі не менш важливою стає спосіб презентації нових знань. Передавання нового наукового знання стає залежним від його попиту в процесі навчання як певного виду товару, а метою підвищення такого попиту стає презентація продуктів наукового знання студентам. І для того, щоб нові здобутки та ідеї швидше були сприйняті своїм адресатом — студентом, щоб було забезпечено їх усвідомлення та подальше використання у професійній діяльності, процес викладання повинен мати цікаву, інформаційну й переконливу форму.

Література

1. Ильин Е.П. Мотивация и мотивы: учебное пособие / Е.П. Ильин. — Санкт Петербург: Питер, 2002. — 512 с.
2. Психология эмоций. Тексты / под ред. В.К. Вилюнаса, Ю.Б. Гиппенрейтер. — Москва: Издательство Московского университета, 1984. — 288 с.
3. Тихомиров О.К., Виноградов Ю.Е. Эмоции в функции эвристик / О.К. Тихомиров, Ю.Е. Виноградов // Психологические исследования / под ред. А.Н. Леонтьева и др. — Москва: Изд-во Московского ун-та, 1969. — Вып. 1. — С. 3–24.
4. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. — Москва: ООО «Издательство АСТ», 2004. — 781 с.
5. Dembo, Myron H. Motivation and learning strategies for college success: a self-management approach / Myron H. Dembo; — New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers, 2004. — 341 p.

УДК 378.147: 371.398

Копил Г.О.

кандидат педагогических наук

доцент кафедры немецкой речи

ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ДІАЛОГІЧНЕ МОВЛЕННЯ У ПРОЦЕСІ ФОРМУВАННЯ ІНТЕРКУЛЬТУРОЛОГІЧНОЇ КОМПЕТЕНЦІЇ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ З МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ

Анотація. У статті йде мова про роль, сутність та важливість діалогічного мовлення як одного з основних інструментів міжкультурного ділового спілкування. Завдяки тренуванню діалогічного мовлення доводиться факт формування інтеркультурологічної компетенції майбутніх фахівців із міжнародної економіки на заняттях німецької мови фахового спрямування, що по суті є складовою їх професійної компетентності. На прикладі застосування з цією метою аудіотекстів у статті представлені деякі методичні аспекти проведення інтеркультурологічно налаштованих занять.

Ключові слова: діалогічне мовлення, діалог, ділове спілкування, міжкультурна (інтеркультурологічна) компетенція, міжкультурна комунікація, аудіотексти, аудіювання.

Abstract. The article deals with the role, nature and importance of dialogue speech as one of the main tools of intercultural business communication. By practicing dialogue speech the fact of intercultural competence of future specialists in international economy is state don the lessons of professionally oriented German language, that is in essence, a part of their professional competence. Having the example of audio texts' application for this purpose some methodological aspects of interculturallly arranged classes are presented in this article.

Key words: dialogic speech, dialogue, business communication, intercultural competence, intercultural communication, audio texts, listening.

У сучасних умовах виходу України на міжнародний ринок та прагнення вітчизняної економіки до більш ефективних міжнародних зв'язків та співпраці неабиякого значення набуває формування у фахівців із міжнародної економіки