

11. Hymes, D. 1972. On communicative competence. In J.B. Pride, and J. Holmes. Eds. Sociolinguistics, 269-93. Harmondsworth: Penguin.
12. Kramsch, C., and P. Sullivan, 1996. Appropriate pedagogy. *ELT Journal* 50 (3): 199-212/
13. Larsen-Freeman, D. 2000. Techniques and principles in language teaching. Oxford University Press.
14. Nunan, D. 1989. Designing tasks for the communicative classroom. Cambridge: Cambridge University Press.
15. Pennycook, F. 1989. The concept of method, interested knowledge, and the politics of language Teaching. *TESOL Quarterly*, 23 (4): 589-618.
16. Phillipson, R. 1992. Linguistic Imperialism. Oxford: Oxford University Press.
17. Richards, J.C. and T.S. Rodgers. 1986. Approaches and methods in language teaching. Cambridge: Cambridge University Press.
18. Sato, K., and R. Kleinsasser. 1999. Communicative Language Teaching (CLT): Practical understandings. *The Modern Language Journal* 83 (4): 494-517/
19. Savignion, S.J. 1991. Communicative language teaching: State of the art. *TESOL Quarterly* 25 (2): 261-77.
20. Sullivan, P.N. 2000. Playfulness as mediation in communicative language teaching in a Vietnamese classroom. In J.P. Lantolf, ed. Sociocultural theory and second language learning. 115-32. Oxford: Oxford University Press.
21. Thompson, G. 1996. Some misconception about communicative language teaching. *ELT Journal* 50 (1): 9-15.

Городецкая И. Е.
Ставропольский госуниверситет,
г. Ставрополь, Россия

Потребности и мотивации в процессе обучения иностранному языку

Мотивация занимает место определяющего параметра результативности обучения. Она может носить различный характер. Язык, который в обществе или семье считается престижным, выучивается намного легче, чем тот, который навязывается извне против воли и желания обучаемого (здесь стоит вспомнить доперестроечные времена, когда в школах детей отбирали в группы иностранного языка не по желанию ребёнка, а по количеству учеников).

В первом случае обучение носит познавательный характер, так как ученик стремится погрузиться в среду изучаемого языка. Во втором же случае обучение

иностранному языку сводится к элементарному знанию основ изучаемого языка, умению отличать его от других иностранных языков и умению общаться на нём, на примитивном уровне. Здесь также следует отметить, что внешняя мотивация, направленная на достижение далёких от профессиональной ориентации целей, оказывается часто недостаточной, если она не подкреплена внутренними мотивациями такими, которые связаны со статусом, периодичностью и модальностью обучения.

Как же можно проверить мотивацию той или иной языковой группы учеников?

По мнению учёных, эта мотивация проверяется тестированием или личной беседой с обучаемыми для того, чтобы в дальнейшем сформировать группы с единой мотивацией и потребностями.

А как же можно провести анализ потребностей?

Его можно провести в строго лимитированных группах. Ниже приводятся результаты опроса среди студентов, изучающих испанский язык, проведённого немецкими учеными и опубликованного в книге Р. Bertocchini и Е. Costanzo «Manuel d'autoformation». Испытуемых просили привести три основных аргумента того, почему они посещают уроки испанского языка.

- 45% - уроки мне позволяют повышать общий культурный уровень;
- 37,8% - иностранные языки необходимы в повседневной жизни;
- 33,4% - хочу общаться с иностранными друзьями;
- 27,8% - постоянное образование – это часть досуга;
- 27,3% - хочу поехать в страну изучаемого языка;
- 24,9% - занятия позволяют мне освежать знания языка;
- 20,1% - мне необходим язык из профессиональных соображений.

Анализ приведённых выше потребностей показывает, что профессиональная ориентация при обучении иностранному языку имеет место, но она незначительна. Туристическая направленность также не является доминирующей.

Многие учёные пытаются разграничить два таких понятия, как *потребности* и *желание*. На эту тему написано много статей и самые актуальные из них, как ни странно, те, которые были написаны очень давно, ещё на заре возникновения педагогики. Если анализ потребностей рассматривать как условие, повышающее эффективность обучения, то проблема *потребностей* заслуживает более детального рассмотрения. Ещё Ж.-Ж. Руссо утверждал, что понятие *потребностей* является главенствующим в процессе обучения. И это не случайно. Здесь следует упомянуть и о *желании*. Именно о желании «учиться,

изучать», которое с точки зрения педагогики ни в коей мере не может быть заменено понятием *потребностей*. Само понятие *потребностей* определяется учёными, как понятие укрощённых, понятных и рациональных желаний. Когда речь идёт о *потребностях* учеников, то, по их мнению, это следует понимать, как *потребность подчинения учеников*, то есть их зависимость от учителя.

Анализ языковых потребностей при обучении иностранному языку является первым и главным этапом направленности обучения. В этой связи учёными выделяются три основных момента: 1) то, что ученик хочет учить; 2) то, что окружение (профессиональное, социальное или культурное) требует от него; 3) то, что необходимо знать в том или другом иностранном языке.

Профессиональная необходимость изучения иностранного языка всегда порождает желание. Это желание учиться не всегда совпадает с необходимостью ясно формулировать свои взгляды и, наконец, часто можно наблюдать как желания и потребности ученика не соотносятся с целями обучения (например, с требованиями литературного перевода).

Казалось бы, на первый взгляд очень сложно определить потребности всей массы учащихся, так как *потребности* часто навязываются общественным мнением, авторитетом обучающего или политикой страны. Для учителей проблема *потребностей* часто сводится к проблеме *мотивации*. Но, как уже говорилось выше, *потребности* и *мотивации* можно определить путём личной беседы с учениками или же тестированием.

Библиография

1. Bertocchini P, Costanzo E. Manuel d'autoformation. – Paris : Hachette, 1989. – 207 p.

Гребенок В.И.

БНТУ, г. Минск, Республика Беларусь

Проектная работа как один из способов формирования коммуникативной компетенции у студентов неязыковых вузов

Потребность в быстром и эффективном овладении иностранными языками обусловлена переменами, происходящими в нашем обществе, например, созданием совместных предприятий, широкими внешнеэкономическими контактами и др. Многие фирмы теряют заказы именно из-за того, что их представители не владеют иностранными языками. В связи с этим работодатели