

2. Прочитайте рекламные слоганы и догадайтесь, что они могли бы рекламировать. Обоснуйте ваше предположение.
3. Проанализируйте несколько рекламных материалов и выберите наиболее интересный по вашему мнению. Аргументируйте ваш выбор.
4. Представьте, что вы сотрудник рекламной фирмы. Вам необходимо прорекламировать определенный товар.

Важно учитывать, что такие задания различаются в зависимости от уровня сложности. Например, первых два задания подойдут для студентов со средней степенью знаний языка, последующие уже предназначены для более высокого уровня.

При работе с аутентичными рекламными материалами, преподавателям следует предлагать обучающимся задания, которые направлены на формирование коммуникативных навыков. Особое внимание в современной методике преподавания иностранных языков уделяется применению проблемных заданий, являющихся одним из основных принципов коммуникативной лингвистики. Изучив определенную терминологию на иностранном языке, характерную для рекламных материалов, такую как копирайтер, менеджер, потребитель и так далее, можно приступать к коммуникативным заданиям для формирования речевых навыков на иностранном языке. При этом для преподавателя важно познакомить обучающихся с набором иностранных фраз и устойчивых слов, которые характерны для рекламных материалов. Например, в начале работы с рекламным текстом можно нарисовать круг на доске и написать внутри него несколько активных лексических единиц по теме реклама (такие слова как revenue, market research, prime time, publicity, profit, flyer, commercial и другие) и попросить их догадаться, к какой теме относятся данные слова [3]. Это так называемое облако слов (англ. a word cloud) с новыми лексическими единицами. Далее можно предложить студентам продолжить данное “облако” другими словами, известными им из рекламных материалов. Лексические единицы могут отличаться в зависимости от того, для какого товара представлен рекламный текст. Также важно познакомить обучающихся со структурой рекламного текста, которая как правило включает в себя следующие элементы: заголовок, подзаголовок, текст, рекламный слоган [4].

Заключение. В заключение следует отметить то, что рекламные материалы мотивируют работу студентов, активизируют критическое мышление. Мотивация является важным фактором активизации речи. Все это способствует тому, чтобы занятия по иностранным языкам были живым и интересными для обучающихся. Также при использовании рекламных материалов на занятиях по иностранным языкам возникает возможность создания коммуникативных заданий для имитации реальных речевых ситуаций.

Таким образом, для повышения эффективности и результативности занятий по иностранным языкам необходимо обратиться к оригинальным рекламным материалам, способствующим формированию коммуникативных навыков обучающихся. Они наполняют занятия социокультурной реальностью страны изучаемого языка, создают социокультурную среду, которая очень важна для студентов, изучающих иностранные языки. Такие материалы помогают мотивировать учащихся, развивать их творческие способности, учат анализировать и интерпретировать рекламные материалы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Стрелкова, С. Ю. Интегративное обучение иноязычной грамматике: от предложения к дискурсу. – М.: ЛИБРОКОМ, 2012. – 184 с.
2. Феоктистова, П. Н. Рекламный дискурс на уроках английского языка как инновационная среда формирования грамматической компетенции / П. Н. Феоктистова, К. С. Суханова, Л. Н. Кретова // Вестник педагогических инноваций. – Новосибирск, 2017. – № 4 (48). – С.108-117.
3. Mikhaleva, G. V. Teaching Students How to Analyze the Impact of Advertising Media Messages in the EFL Classroom / G. V. Mikhaleva // International Journal of Media and Information Literacy. – 2019. – №4 (2). – P.42-49.
4. Иванова К. А. Копирайтинг: секреты составления рекламных и PR текстов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.wikireading.ru/10594>. – Дата доступа: 23.02.2022.
5. Медиаобразование. Методический портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://iso.minsk.edu.by/ru/main.aspx?guid=45791>. – Дата доступа: 23.02.2022.

УДК: 158 : 371(575.1)

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ СОЗДАНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ

Д. Д. Эргашева, ТГЭУ, г. Ташкент

Резюме – в статье раскрываются основные понятия психологических основ педагогического дизайна и пути его применения в структуре создания учебного контента на онлайн-платформах. Педагогический дизайн рассматривается как область науки и практической деятельности при разработке цифрового обучающего контента образовательного учреждения. Информационные и телекоммуникационные технологии позволяют

модифицировать характер развития, приобретения и усвоения знаний, открывают уникальные возможности для обновления содержания обучения и методов преподавания.

Ключевые слова: визуальный контент, психологические закономерности, принципы дидактики, графический дизайн, онлайн-платформа, эмоции, мышление, цифровая трансформация, целеполагание, педагогическое проектирование, геймалт, восприятие, инфографика, цветовая гамма, принцип группировки, психические процессы, педагогические цели, цифровизация образования.

Введение. в представленной работе мы использовали анализ методологических основ деятельности дизайнеров-разработчиков учебного контента, обобщение профессионального опыта в рамках деятельности, проанализирована их практическая деятельность в создании цифровой среды, проведен анализ положительно и отрицательно влияющих факторов в контексте стиля и технологии подачи учебного материала, методы системного подхода, сравнительного анализа, синтеза, классификации и периодизации изучаемого материала.

С появлением цифровой экономики, во всем мире происходят поистине революционные изменения, связанные с новыми технологиями, которые реорганизуют все отрасли и системы производства, в том числе и образовательную среду, то есть происходит цифровая трансформация этой сферы. Особенно цифровая образовательная среда стала актуальна из-за пандемии COVID-19, во всем мире возникла потребность в социальной дистанции и соблюдении карантина. По этой причине онлайн- обучение на сегодняшний день становится как никогда актуальным и вводится во всех образовательных учреждениях мира. Переход в онлайн-пространство даже одной читаемой дисциплины в вузе - это огромный труд целой команды профессионалов. Здесь необходимы знания по психологии, педагогике, дидактике, графическому дизайну. Да и подготовка онлайн-занятий требует огромных интеллектуальных затрат, умственного напряжения, которое будет возрастать пропорционально количеству дисциплин, которым обучает преподаватель.

С этими задачами успешно справляется педагогический дизайн, под которым подразумевается создание образовательного процесса, его перевод на онлайн-формат. Педагогический дизайн - это новая тенденция образовательной сферы, с каждым днем набирающая популярность в условиях онлайн-обучения. Тем не менее, сам термин только частично вошел в профессиональный обиход. Поэтому у каждого, кто первый раз сталкивается с данным понятием, возникает множество вопросов по его интерпретации.

В качестве основы для разработки онлайн-платформы, главное внимание уделяется качественному процессу приобретения знаний с целью усвоения учебного материала и повышения мотивации учащихся. Педагогический дизайн (Instructional design, ID) представляет собой целенаправленный процесс разработки, создания, внедрения и оценки учебных продуктов. Учебные продукты включают онлайн-курсы, учебные пособия, видео-уроки.

Сам термин «педагогический дизайн» появился еще в начале 1940-х годов и только к 1950-м г.г. оформились его постулаты и принципы. В 1956 г. американский психолог Бенджамин Блум предложил научному миру теорию, названную таксономией Блума, которая выделяла и описывала ставшие уже классическими, академическими уровни усвоения обучающимся учебного материала.

Другой американский ученый, Роберт Ганье [9], в 1965 г. значительно расширил и усовершенствовал эту концепцию, внес девять обязательных элементов учебного процесса, способствующих его эффективности. Эти элементы и стали основными концептуальными принципами педагогического дизайна и включали в себя такой аспект, как, например, привлечение внимания учащихся с помощью различных визуальных способов в виде инфографики, схем, различных изображений; определение целей; наложение знаний на базу; дробление информации и т.д.

Как уже было отмечено, технология педагогического дизайна включает в себя команду разработчиков в лице IT-специалистов, педагогов-практиков, прикладных психологов, экспертов. В тандеме команды они реализуют свои знания еще на стадии проектирования, создания и оценки обучающих материалов.

В основе педагогического дизайна лежит систематическое использование знаний об эффективной работе, компетентное целевое выстраивание эффективного учебного процесса и создание компетентной обучающей среды в цифровом пространстве.

Несмотря на то, что педагогический дизайн тесно связан с онлайн обучением, в нем не всегда используются цифровые или так называемые digital -инструменты. Основная деятельность здесь направлена на улучшение контента и результатов обучения, повышение доступности и понимания учебных программ. Хотя использование технологий способно улучшить учебную программу, конечным результатом педагогического дизайна является эффективное обучение, а не производство технологичных материалов ради самих технологий. Главное - создать увлекательный учебный контент, который приведет к конкретным результатам. И поскольку педагогический дизайн сфокусирован на учащихся и их потребностях, его проекты призваны облегчить усвоение знаний, должны быть эффективны и нравиться ученикам. Разработчики (дизайнеры) онлайн- платформ в свою очередь являются конструкторами учебного опыта. Эти специалисты применяют различные методологии, основанные на не только на теории преподавания и новых технологиях, но и на знаниях психологии.

Обучающийся с помощью онлайн-платформы студент, хорошо усвоивший учебный материал, может и не догадываться, что в этом не только заслуга его умственных способностей, функционирования психических процессов, но и заслуга IT-специалистов, вооруженных знаниями психологии. Ее заслуги, как науки, незаметны для самого обучающегося, но ее законы и научные постулаты, тем не менее, могут быть использованы и взяты за основу при создании учебного сайта дизайнерами и программистами.

По сути психология одна из основных наук, которая помогает дизайнерам анализировать с различных сторон поведение пользователей электронных платформ, лучше их понимать и влиять. В частности, роль этой науки, ее прикладного аспекта невозможно переоценить, поэтому речь пойдет о том, какие ее основополагающие принципы важно и целесообразно учитывать в процессе дизайна.

Архитектура сайта, удобная либо не воспринятая, лишенная логического смысла, либо, напротив, структурированная, удобная или несовершенная навигация, удачное или нет цветовое оформление - все это воспринимается, обрабатывается психическими познавательными процессами, подготавливая учащегося к усвоению знаний [1].

Уже давно доказана связь и польза психологии с web-дизайном. Это очевидно, хотя бы потому, что передача информации по средствам интернет- ресурсов имеет четкие законы и принципы восприятия (перцепции), основанные на тех же законах, по которым применяется на практике психология в быту, бизнесе или же во взаимоотношениях между людьми. Цвет, текст, шрифт, графические картинки, восприятие в целом - это самые непосредственные психологические ловушки, которые будут способствовать достижению учебных целей [2].

Так, в период пандемии, Ташкентский государственный экономический университет привлек к созданию онлайн-платформы ООО «Есо Техно Сити», которые за период полугодичного обучения разработали и реализовали два ее варианта. По опросам преподавателей и студентов вырисовалась следующая картина.

Первый вариант заработавшей обучающей платформы в самом начале учебного семестра был выполнен в классическом академическом стиле, то есть преобладали пастельные тона, выдержанные в сдержанных цветах. Именно этот образец дизайна устроил 70% преподавателей, средний возраст которых составляет 45-60 лет и они его сочли комфортным в работе. Второй же вариант платформы, разработчики рассчитали и реализовали на целевую, т.е. непосредственно на студенческую аудиторию, и он отличался от предыдущего яркими цветами, с преобладанием синего и был выполнен с элементами учебных заданий в трехмерном моделировании 3D MAX. Согласно студенческому опросу, визуализация учебных заданий, настройка текстур и цвета в этой программе лучше способствует усвоению знаний и в целом делает учебный сайт привлекательным на эстетической основе. То есть, 70% студентов отдали предпочтение именно этому варианту, в отличие от преподавателей (30%), которые не обладают так называемым клиповым мышлением, характерным для студентов. (Рис.1)

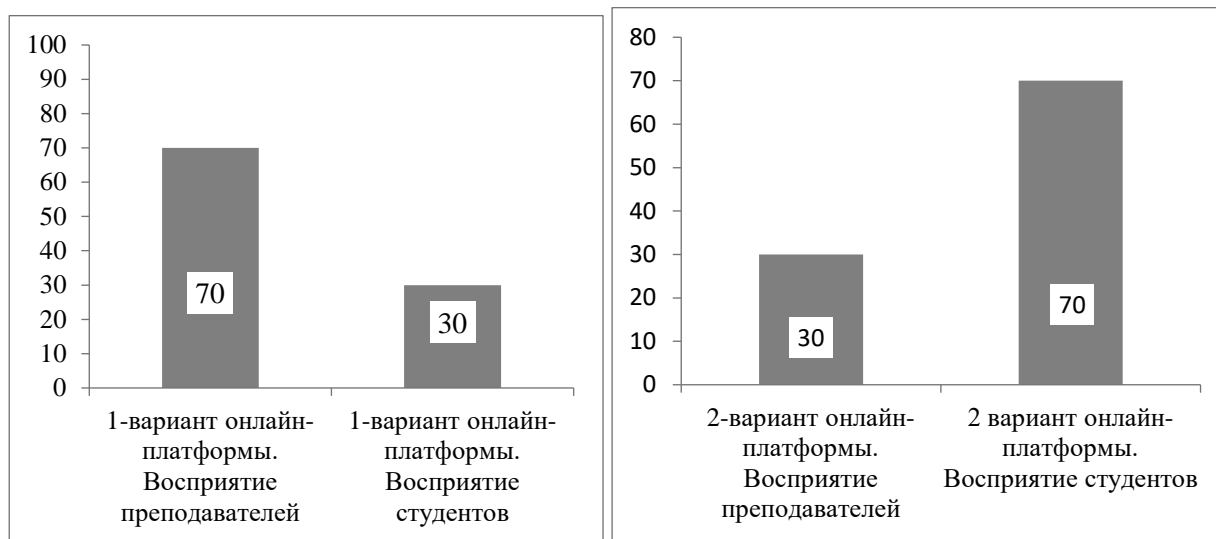


Рисунок1 – Различия в восприятии дизайна студентов и преподавателей.

Примечание – Источник: собственная разработка

Таким образом, при разработке и создании цифровой платформы в оформлении прежде всего следует ориентироваться на целевую аудиторию, то есть учащихся, их восприятие, психические процессы и мышление. То есть технологии проектирования и реализации образовательных траекторий для студенческой аудитории использовать целесообразно в современных моделях. Подробнее рассмотрим ниже.

Правильно сконструированный учебный сайт, может помочь учащемуся не только освоить информацию, но и сознательно, а иногда подсознательно считывать и запоминать учебную информацию, если даже ему трудно было бы усвоить ее в режиме традиционной лекции. Поскольку не всегда преподаватели обладают в совершенстве педагогическим мастерством. Эмоции и чувства, пробуждающиеся при пользовании учебным сайтом, и есть собственно психологические реакции - они вызывают либо положительные, либо негативные эмоции, иногда просто оставляет равнодушным. Все эти реакции можно прогнозировать, всего лишь, полагаясь на психологические знания. Стремясь к положительному результату конечного усвоения учебной информации - возможно просчитать, проанализировать, подкорректировать - для этого всего лишь необходимо знать производные психического познавательного процесса - восприятие, память, мышление, внимание [3].

Чтобы прийти к запланированному учебному результату, именуемому в педагогике целеполаганием, создателям сайтов целесообразно распорядиться знаниями психологии и применить их на практике, чтобы влиять на настроение и поведение обучающихся, то есть управлять и контролировать учебной ситуацией [1].

В веб-дизайне есть всего четыре основных составляющих, существенно влияющих на психологию обучающегося: контент, пространство, оформление текста и выбранная цветовая гамма.

Психология цвета в веб-дизайне - это вообще необъятная и неисчерпаемая тема, поскольку цветом можно передать все: чувства, эмоции, донести самое важное, расставить акценты на нужных и важных аспектах обучаемой темы. то использование цвета - это один из способов использовать мощь визуальных инструментов.

Исследования показали, что 80 % информации, которую обрабатывает мозг интернет-пользователя, поступает с помощью зрения, и люди исключительно чувствительны к визуальным сигналам при обучении. Именно поэтому визуальный контент является ключевым фактором в электронном обучении, а правильное применение графических методов может улучшить усвоение знаний. Цвет может помочь уменьшить скуку и пассивность, тем самым улучшая концентрацию внимания. Когда ученики уделяют больше внимания изучению учебных материалов во время обучения, увеличивается скорость запоминания и время реакции.

Важность выбора правильной, психологически подкрепленной цветовой палитрой может быть экономически целесообразна, особенно, если опираться и на результаты эксперимента Саноки (Thomas Sanocki) и Салмена (Noah Sulman) (2011), которые доказали, что верстку и дизайн стоит сделать однозначно контрастным. Прежде всего потому, что контраст привлекает внимание и помогает сфокусироваться на тексте, любом отдельном элементе [6].

Исследования Саноки и Салмена доказывают, что к выбору цвета надо подходить максимально ответственно и осознанно, прежде всего для экономической перспективы, поскольку через создание сайта предприниматель в конечном итоге стремится к завоеванию потребителя [6].

Психологически выверенная цветовая гамма веб-страницы работает на учебную перспективу, то есть главная задача разработчиков - усвоение знаний. Проанализировав дизайн многих онлайн-проектов, можно смело утверждать, что в своей основе они выдержаны в определенных цветах, транслируют особый посыл от создателей, позиционируют дизайнерскую концепцию с помощью выбранного цвета, доминирующего на сайте [2]. Правильно выбранная цветовая гамма на учебной онлайн-платформе способствует большей заинтересованности учащихся, повышает уровень доверия к ее ресурсу и соответственно способствует лучшему усвоению знаний.

Таким образом, поскольку эмоциональный окрас есть у каждого оттенка, можно смело утверждать, психология цветов в веб-дизайне не пустой звук, а рабочая схема для воплощения реализации сайта, предпринимательских планов по завоеванию клиента. Дизайнеру следует изучить функционирование психических познавательных процессов, с целью понимания, как человек реагирует на цветовые сигналы и т.д. И только затем приступить к разработке дизайна сайта уже с учетом психологии конкретно определенной целевой аудитории [6]. Еще одним психологическим аспектом создания сайта является использование теории гештальта (в пер. с нем. «gestalt» - форма), которая базируется на теории о том, что психика человека воспринимает объект как целостную структуру еще до того, как начинает различать отдельные компоненты. То есть, целостный образ - это не просто сумма отдельных частей, а однозначно самостоятельный объект [4].

Эта концепция работает, благодаря уникальному устройству мозга, который по природе склонен создавать порядок из общего хаоса. Законы работают в большинстве случаев, потому что являются врожденными для каждого человека. Их психологическое знание является необходимым условием для дизайнера, поскольку помогает организовать, сгруппировать визуальные объекты эффективно для восприятия потенциального клиента, изучающего информацию на сайте и в конечном итоге, принимающего решение.

При этом, группировать целесообразно только то, что поддерживает общую логику инфографики. Подсознание устроено таким образом, что группирует все элементы, которые находятся близко друг к другу. Согласно этому принципу, объекты, расположенные ближе в пространстве, связаны. «Разбросанные» в пространстве объекты воспринимаются удаленными и различными, следовательно, внимание на нужной информации рассеивается, что объясняется природными особенностями мозга, а конкретнее нежеланием тратить лишнюю энергию. Понимание того, как люди воспринимают визуальную информацию, открывает много возможностей по созданию насыщенного информацией и утонченного по эстетике контента в рамках педагогического дизайна. С опорой на теорию визуального предположения Грегори можно бесконечно и с успешным результатом совершенствовать дизайн учебных онлайн платформ для привлекательности учащихся как образовательных субъектов [8].

Таким образом, для создания педагогического дизайна необходимы конкретные научные психологические знания и, что очень важно, готовность педагога к их познанию и практическому применению. Сама же психология становится эффективным инструментом для дизайнера, создающего учебный контент, способным сделать процесс познания более продуктивным, повысить интеллектуальное напряжение, результаты более ориентированными. Использование современных интернет-технологий дает педагогу возможность провести онлайн лекцию или практическое занятие на более высоком техническом уровне, насытить информацией, облегчить для учащихся усвоение сложных тем, способствовать достижению более высоких качественных результатов обучения, активизировать познавательную деятельность обучающихся, сформировать компетенции, необходимые для продолжения образования. Основные педагогические цели при конструировании педагогического дизайна с учетом психологических знаний в рамках цифровых информационных технологий

состоят в развитии личности обучающегося, его конструктивно-поискового мышления, совершенствовании навыков исследовательской деятельности. Следовательно, сам педагог тоже выигрывает в этом двустороннем процессе, потому что получает новое профессиональное развитие в контексте получения новых навыков и компетенций в цифровой образовательной среде. Таким образом, информатизация образования объективно влечет за собой реорганизацию учебно-методической работы; повышение требований к преподавателю и изменение его роли; возрастание роли личности обучающегося и его индивидуальных особенностей; резкое увеличение объема доступных информационных ресурсов.

Заключение: с учетом вышесказанного, при конструировании и реализации педагогического дизайна на цифровых платформах рекомендуется:

- изучать академические основы психологии, общие принципы функционирования человеческой психики,
- учитывать законы психического восприятия (перцепции) при размещении учебной информации,
- принимать во внимание функционирование психических познавательных процессов учащихся, их клиповое мышление при создании учебного контента,
- при создании учебного материала целесообразно опираться на теоретические и практические принципы таксономии Блума,
- научиться четко алгоритмизировать и определять структуру работы образовательной онлайн платформы,
- планировать результаты обучения с помощью принципов педагогического дизайна,
- уделить детальное внимание разработке технического этапа, на котором проверяется логика курса, связь между темами, заданиями,
- изучить, в том числе IT- специалистам, педагогам, современные подходы к разработке педагогического дизайна учебного контента с учетом психологических знаний,
- научиться, опираясь на целеполагание, выбирать способ проектирования образовательных программ для достижения нужного результата,
- разработать цифровые методики оценки эффективности обучения в режиме онлайн,
- использовать современные подходы подачи учебной информации в соответствии с требованиями конкретного образовательного учреждения,
- привлекать к разработке педагогического дизайна специалистов, экспертов, имеющих практический опыт работы в области образования.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ:

1. Аллен, М. E-Learning: Как сделать электронное обучение понятным, качественным и доступным / М. Аллен. – М. : Альпина Паблшер, 2016. – 230 с.
2. Уолтер, А. Эмоциональный веб-дизайн / А. Уолтер. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 144 с.
3. Лефрансуа, Г. Формирование поведения человека / Г. Лефрансуа. – М. : ОЛМА-Пресс, 2003. – 278 с.
4. Лиска, С. Бизнес-графика / С. Лиска. – М. : РИП-холдинг, 2007. – 312 с.
5. Люшер, М. Какого цвета ваша жизнь. Закон гармонии в нас. Практическое руководство / М. Люшер. – М. : Эксмо-пресс, 2008. – 252 с.
6. Грегори, Р. Л. Глаз и мозг. Психология зрительного восприятия / Р. Л. Грегори. – М. : Че Ро, 2002. – 272 с.
7. Gagne, R. The conditions of learning and theory of instruction / R. Gagne. – 4th ed. – New York : Holt, Rinehart & Winston, 1985. – XV, 361 p.

УДК 811.1/8

THE COGNITIVE APPROACH TO THE DEVELOPMENT OF STUDENTS' SKILLS TO OVERCOME GRAMMATICAL INTERFERENCE

E. Lazareva, FMME, BNTU, Minsk

Резюме – в статье описывается важность опоры на принципы когнитивного подхода такие как сравнительно-сопоставительном изучении родного и иностранного языков, учет основных грамматических трудностей при изучении иностранного языка, русскоязычная база в процессе изучения иностранного языка, учет проблемности и коммуникативной направленности, функциональность при развитии у студентов навыков преодоления грамматической интерференции. Следование этим принципам позволяет уменьшить грамматическую интерференцию в языковом поведении учащихся и сформировать соответствующие культуре грамматические концепты.

Ключевые слова: грамматическая интерференция, когнитивный подход, лингвокультурологические особенности.

Introduction. Overcoming grammatical interference in students is a very difficult task. In this regard, many scientists are seeking ways to the maximum reduction in the formation of grammatical competence in the English language (L. Bobodzhanova, N. Demina, N. Kondakov, etc.) [1, 2, 3, 4].