

Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2023. Т. 29, № 2. С. 109–118. ISSN 2073-1426

Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2023, vol. 29, № 2, pp. 109–118.

ISSN 2073-1426

Научная статья

УДК 811.1:004

<https://doi.org/10.34216/2073-1426-2023-29-2-109-118>

ПРЕЗЕНТАЦИЯ КАК АРТ-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ЭКСТРАЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ ОБЪЕКТ ДЛЯ СОЗДАНИЯ СОДЕРЖАТЕЛЬНОГО БАЗИСА И ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ МОТИВАЦИИ В ФОРМАТЕ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Солдатова Валерия Леонидовна, кандидат педагогических наук, Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, Липецк, Россия, soldatova_47@list.ru

Ситников Сергей Анатольевич, Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, Липецк, Россия, oit@lki-lipetsk.ru

Аннотация. В статье речь идёт о проблеме создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации. Рассматривается «Презентация» как арт-ориентированный экстралингвистический объект для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации. Обосновывается возможность использования «Фото-, слайд-ориентированного обучения» как одного из арт-ориентированных приёмов «Арт-ориентированной концепции обучения иноязычной коммуникации» для разработки указанной выше «Презентации». Доказывается, что приём «Фото-, слайд-ориентированное обучение» способствует разработке «Презентации как арт-ориентированного экстралингвистического объекта для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации» в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации. В ходе исследований выбранной темы авторы использовали монографию В.Л. Солдатовой «Арт-ориентированная концепция обучения иноязычной коммуникации. Инновационное направление в обучении и воспитании», а также материалы исследований М.В. Киселёвой «Арт-терапия в работе с детьми: руководство для детских психологов, педагогов, врачей и специалистов, работающих с детьми» и Л.С. Выготского «Мышление и речь». Подводя итоги предварительного характера, мы считаем своим долгом сделать следующие выводы. Инструментом для решения проблемы создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации при онлайн-обучении иноязычной коммуникации может стать «Презентация» как арт-ориентированный экстралингвистический объект для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации.

Ключевые слова: арт-ориентированная концепция обучения, экстралингвистический объект, иноязычная коммуникация, коммуникативная мотивация, презентация, содержательный базис, онлайн-обучение, фото-, слайд-ориентированное обучение.

Для цитирования: Солдатова В.Л., Ситников С.А. Презентация как арт-ориентированный экстралингвистический объект для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2023. Т. 29, № 2. С. 109–118. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2023-29-2-109-118>

Research Article

PRESENTATION AS ART-ORIENTED EXTRA LINGUISTIC OBJECT FOR CREATING CONTENT BASIS AND FORMING COMMUNICATIVE MOTIVATION IN CONNECTION WITH ONLINE FOREIGN LANGUAGE COMMUNICATION TEACHING

Valeria L. Soldatova, candidate of Pedagogical Sciences, Lipetsk Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Lipetsk, Russia, soldatova_47@list.ru

Sergey An. Sitnikov, Lipetsk Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law, Lipetsk, Russia, oit@lki-lipetsk.ru

Abstract. The article is dedicated to the problem of creating content basis and forming communicative motivation in connection with online foreign language communication teaching. “Presentation” as art-oriented extralinguistic object for creating content

basis and forming communicative motivation in connection with online foreign language communication teaching is being regarded. The possibility of using "Photo-, slide-oriented foreign language teaching technique" as an art-oriented technique of "Art-oriented concept of teaching foreign language communication" for working out "Presentation" mentioned above is considered and justified. It is proved that this "Photo-, slide-oriented teaching" as an art-oriented technique of "Art-oriented concept of teaching foreign language communication" contributes to the solution of the problem of forming communicative motivation in connection with foreign language communication teaching online. "Presentation" as art-oriented extralinguistic object is proved to be one of the instruments for solving the problem of creating content basis and forming communicative motivation in connection with foreign language communication teaching online. In the course of research on the chosen topic, the authors used Soldatova V.L.'s monography "Art-oriented concept of teaching foreign language communication. Innovative direction in teaching and upbringing", materials of Kiseleva M.V.'s study "Art therapy in working with children: a guide for child psychologists, teachers, doctors and specialists working with children" and as well as Vygotsky L.S.'s research "Thinking and speech". Summing up the preliminary results, we consider it our duty to draw the following conclusions. «Presentation» as an art-oriented extralinguistic object for creating content basis and forming communicative motivation in connection with online foreign language communication teaching can become a tool for solving the problem of creating content basis and forming communicative motivation in connection with foreign language communication teaching online.

Key words: art-oriented concept of teaching, extralinguistic object, foreign language communication, communicative motivation, presentation, content basis, teaching online, photo-, slide-oriented teaching.

For citation: Soldatova V.L., Sitnikov S.A. Presentation as art-oriented extralinguistic object for creating content basis and forming communicative motivation in connection with online foreign language communication teaching. Vestnik of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics, 2023, vol. 29, № 2, pp. 109–118. <https://doi.org/10.34216/2073-1426-2023-29-2-109-118>

В 2017 году в журнале «Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика» № 5 была опубликована статья «Вокало-ориентированное обучение иноязычной коммуникации как приём, способствующий разрешению проблемы *Я – Другой*». В статье рассматривалось вокало-ориентированное обучение иноязычной коммуникации в качестве одного из приёмов обучения «Арт-ориентированной концепции обучения иноязычной коммуникации», сущность которой – активизация творческого потенциала личности, изменение личностной позиции обучающегося, его переход с позиции пассивного объекта *Другой* на позицию активного субъекта *Я* [Солдатова 2017]. Что касается самой «Арт-ориентированной концепции обучения», в тот период она была уже в стадии подготовки к изданию: было написано теоретическое обоснование самой идеи арт-ориентированного обучения, разработаны и апробированы некоторые приёмы арт-ориентированного обучения. К ним относятся: кино-, видео-ориентированное обучение, имаго-ориентированное обучение, сказко-ориентированное обучение. Благодаря упомянутой выше статье «Вокало-ориентированное обучение иноязычной коммуникации» она пополнилась ещё одним приёмом, и, наконец, в 2018 году вышла в свет монография под названием «Арт-ориентированная концепция обучения иноязычной коммуникации (Инновационное направление в обучении и воспитании)» [Солдатова 2018]. Кроме того, в 2020 году был разработан и апробирован очередной арт-ориентированный приём обучения иноязычной коммуникации «Фото-, слайд-ориентированное обучение» [Солдатова, Сит-

ников 2020], который имеет непосредственное отношение к рассматриваемой нами проблеме.

Однако, как часто бывает, время не стоит на месте, и движение вперёд не всегда бывает безоблачным. Ничто не предвещало событий 2020 года. Как гром среди ясного неба прозвучало: «пандемия», «онлайн», «удалёнка». Всё смешалось в размеренной вузовской жизни. Растерялись не только и не столько обучающиеся и их родители, но, возможно, даже в большей степени преподаватели.

Было понятно, что обучение иноязычной коммуникации в формате онлайн не вызовет у обучающихся особого интереса и желания общаться, а значит, исчезает и мотивация к деятельности. Сами занятия ведут к рассогласованности субъектов обучения (обучающихся) с их средой обучения (аудиторией): отсутствие реального общения, привычных столов и стульев, звонков, в конце концов, «обнимашек» при встрече – всё это ведёт к разочарованию, к потере интереса, при этом исчезают положительные эмоции, падает активность. Значит, исчезает и мотивация к деятельности, а в нашем случае – к учёбе, ведь мотивация есть «*процесс соотношения тех или иных факторов внешней и внутренней жизнедеятельности с потребностями и интересами субъекта*» [Солдатова 2018: 110].

Надо сказать, что снижается уровень мотивации к обучению в формате онлайн не только у обучающихся, но также снижается и уровень мотивации к научению у обучающихся (преподавателей). Происходит это потому, что в формате обучения онлайн в корне меняются условия обучения. В таком случае возникает необходимость создания на занятии

средств и условий формирования мотивации к обучению, при которых обучающиеся испытывали бы потребность в общении на иностранном языке.

Прежде всего, необходимо рассмотреть, что представляет собой мотивация, включающая в себя все виды побуждений: потребности, интересы, мотивы, то есть всё то, что так или иначе составляет понятие *личность*, а также понятие «*коммуникативная мотивация*», в основе которой лежит «*коммуникативная потребность*», то есть потребность высказать в общении свою мысль.

Понятие «мотивация» не является чем-то новым, неизведанным. В переводе с латинского слова «*moveo*» и с греч. «*motif*» оно означает «*двигать*», то есть это *побуждение к действию*, психофизиологический процесс, управляющий поведением человека, задающий его направленности, организацию, активность, устойчивую способность человека деятельно удовлетворять свои потребности.

Кроме того, мотивация определяется как то, что в отражаемой человеком реальности *побуждает и направляет* его деятельность.

Мотивация – это психологический процесс, который *инициирует, направляет и поддерживает* целенаправленное поведение. Она начинается с возникновения определённой *цели (мысли в голове)*, которой нам отчаянно хочется достичь и развивается при помощи *действий*, требующихся для ее воплощения в жизнь.

Проанализировав сказанное выше, делаем вывод: ключевыми элементами понятия «мотивация» являются слова «двигать», «побуждать», «направлять», «развивать». Все они, в принципе, означают «действовать».

Проблему мотивации рассматривали многие философы, психологи, педагоги, в том числе Л.С. Выготский, С.Л. Рубинштейн, И.А. Зимняя, А.Н. Леонтьев, Л.П. Станкевич, В.Г. Асеев и др.

Как считает Выготский, «мысль можно было бы сравнить с нависшим облаком, которое проливается дождём слов. Мотивацию мысли можно было бы уподобить ветру, приводящему в движение облака» [Выготский: 357].

По мнению Рубинштейна, «учение о мотивации составляет ядро личности, и только с ее помощью можно оказать на личность влияние как на личность» [Рубинштейн: 468].

Проблема мотивации в советской психологии разрабатывалась в связи с исследованием структуры человеческой деятельности и сознания, общественно-исторических по своей природе.

В данной статье ограничимся такими побуждениями, как *потребность, интерес, мотив*. Воспользуемся определениями этих понятий, приведенными в «Арт-ориентированной концепции обучения

иноязычной коммуникации» [Солдатова 2018: 108]. Потребности составляют источник активности. *Потребность* через *интерес* опредмечивается в *мотив*. Потребности бывают разными, то есть если с помощью средств обучения, специально созданных для этой цели, вызывать определённые переживания, впечатления, то, вероятно, это позволит сформировать те потребности, которые дадут возможность поддерживать достаточно высокий уровень мотивации в формате онлайн-обучения.

Интерес – это осознанная необходимость осуществления потребности. Он имеет огромную двигательную силу.

Мотив – это побуждение к действию, которое приводит к совершению поступка.

Мотивация, как упоминалось выше, есть процесс соотнесения тех или иных факторов внешней и внутренней жизнедеятельности с потребностями и интересами субъекта.

В монографии Солдатовой «Арт-ориентированная концепция обучения иноязычной коммуникации (Инновационное направление в обучении и воспитании)» [Солдатова 2018: 108] определяется сущность и содержание коммуникативной мотивации. В основе коммуникативной мотивации лежит коммуникативная потребность. Чтобы осознать эту потребность и затем выразить в общении свою мысль, необходимо вызвать неподдельный интерес к чему-либо происходящему, то есть активизировать мыслительную деятельность обучающихся, создав «содержательный базис» процесса обучения иноязычному общению.

Содержательный базис [Солдатова, Ситников 2019: 96] представляет собой такую совокупность мыслей, чувств, эмоций обучающихся, которая порождает интерес и острую потребность выразить их в речи. Формирование содержательного базиса происходит в результате взаимодействия с объектами реальной действительности, независимо от этого проводятся занятия в аудитории или в формате онлайн. Прежде всего, необходимо создать некий «объект реальной действительности», иными словами, «*экстралингвистический объект*» [Солдатова 2018: 111] (в отличие от специально созданных ранее кино-, видеофильма, кинофрагмента, сюжетной картинки и других), который, как было доказано ранее, является основным средством формирования коммуникативной мотивации. Он может быть предъявлен обучающимся в процессе обучения и, надеемся, не оставит равнодушными ни обучающихся, ни обучающего.

Были также выявлены условия формирования коммуникативной мотивации. В рамках нашего исследования нас более всего интересуют некоторые из них, а именно: *доступность восприятия* содержания экстралингвистического объекта определённым возрастным группам; *эмоциональность* экстралингви-

стического объекта, способствующая активизации различных чувств и эмоций обучающихся; *содержание мыслительной деятельности* обучающихся; *учёт личностных особенностей* обучающихся, то есть личностная индивидуализация [Солдатова 2018: 112].

Подведём некоторые итоги сказанному выше. На наш взгляд, создаваемый экстралингвистический объект, вероятно, должен отличаться от вышеперечисленных специально созданных или подобранных экстралингвистических объектов, поскольку кино-, видеофильмы, кинофрагменты как средства формирования коммуникативной мотивации теряют свою актуальность, прежде всего, из-за технических сложностей их применения в формате онлайн-обучения. Да и разрабатываться он, скорее всего, должен коллективно, с учётом разноплановых мнений и особенностей структуры личности каждого обучающегося.

Пожалуй, следует обратить внимание на упомянутый ранее приём «Арт-ориентированной концепции обучения иноязычной коммуникации» – «Фото-, слайд-ориентированное обучение» [Солдатова, Ситников 2020: 96], имеющий целью обучение иноязычной коммуникации и развитие гармонизации личности.

Надо отдать должное М.В. Киселёвой [Киселёва: 89], которая, правда с точки зрения психотерапевта, охарактеризовала роль фотографии и слайдов, используемых в лечебных целях. Рассмотрим и проанализируем обозначенное выше с позиций «Арт-ориентированной концепции обучения иноязычной коммуникации», ориентированной на комплексное использование ресурсов искусства.

В основе фотографии (слайда) лежит создание художественных образов. Это позволяет рассматривать *фотографию (слайд)* как одну из форм *визуального искусства*. Известный психотерапевт М.Е. Бурно [Киселёва: 89] посвятил целый раздел в своей книге «Терапия творческим самовыражением» искусству фотографии и фототерапии. Он пишет: «Творческая фотография, в отличие от обычной, есть отражение в снимке индивидуальных душевных особенностей. Камерой художник-фотограф испытывает своё творческое вдохновение – резонанс с окружающим миром красоты...».

Уже то, что Бурно называет фотографию «визуальным искусством», говорит о том, что мы на верном пути. В нашем «*комплексе ресурсов искусства*» явно есть место и для фотографии, и для слайда. Слайд и фотография, конечно, не одно и то же, но это тоже *визуальное искусство*, имеющее много общего с фотографией.

Особой силой обладают, по мнению Бурно, *коллективно-творческие музыкально-слайдовые композиции*, в создании которых может участвовать целая группа – семья, компания друзей, класс. *Мелодии*, интуитивно подобранные к слайдам, усиливают *вдохновение*,

что чрезвычайно важно для «Арт-ориентированной концепции обучения иноязычной коммуникации», основанной на идее применения всех видов искусства в совокупности, и не менее важно в свете нашего исследования.

Кроме того, фотография (слайд) «позволяет *играть с реальностью и её зримыми отражениями* – выбирать из неё то, что *наиболее интересно и важно*, *творчески комбинировать разные элементы реальности* друг с другом и даже создавать иную, *фантастическую реальность*, невидимую физическим зрением. Думается, что фотография (слайд) является *универсальным инструментом* сохранения и передачи информации и *образного познания реальности* [Киселёва: 91], именно поэтому, на наш взгляд, вполне возможно использовать фотографии и слайды в качестве искомого *внешнего ресурса*, иными словами, «экстралингвистического объекта».

В связи с этим, пожалуй, уместно обратить внимание на фотографии и слайды, которые так часто используются для разработки презентаций. Чаще всего, *показывая кому-либо фотографию (слайд)*, мы *сопровождаем показ рассказом*. Рассказ позволяет не только передать *наше отношение* к тому, что *изображено на фотографии (слайде)*, но и прояснить то, что *скрыто за кадром*, то есть *возникает* необходимое внутреннее содержание или «*совокупность мыслей*», *побуждающих к реализации речевой интенции с помощью слов*, иными словами, «*содержательный базис*», ведь «*мысль подобна облаку, которое проливается дождём слов*» [Выготский: 356]. При этом экстралингвистическим объектом становится не одна фотография и/или слайд, а часто *определённое количество фотографий и/или слайдов*.

При более близком рассмотрении возможностей фотографии (слайда) обнаруживается очевидное сходство с очень популярным, современным видом визуального искусства, именуемым «презентация».

Само слово «презентация» настолько популярно, что существует бесчисленное множество определений этого понятия. Рассмотрим некоторые из них, которые, с нашей точки зрения, наиболее соответствуют рамкам данного исследования. Что касается наших дальнейших рассуждений, считаем необходимым дать собственное определение этому понятию.

Итак, презентация (от лат. *praesento* – представление) – документ или комплект документов, предназначенный для представления чего-либо (организации, проекта, продукта и т. п.) [Презентация]. В нашем случае – это также *способ представления информации*.

Американский словарь маркетинговых терминов даёт следующее определение: «Презентация – выступление, иногда сопровождаемое *визуальными образами*, направленное на то, чтобы *донести до аудитории информацию* и/или убедить её *совершить*

определённые действия, нужные организатору презентации» (в рамках данной статьи – *преподавателю*) [Что такое презентация]. Очень важно, что презентация *сопровождается визуальными образами*, чтобы донести до аудитории информацию и/или убедить её совершить определённые действия.

К видам маркетинговых презентаций относятся: торговые презентации; информационные и мотивационные презентации; первые встречи; интервью; имиджевые презентации и др. Нас более всего интересуют *информационные и мотивационные* презентации, которые направлены на то, чтобы с помощью *ораторского искусства и сопроводительных визуальных материалов* сформировать в человеке *интерес*, а потом и *потребность* в том, чтобы *последовать какой-то идее* [Мотивационные презентации]. Это очень соответствует тому, о чём говорилось выше.

Кроме того, презентация – это эффективный и универсальный формат донесения информации, а при обучении в формате онлайн – это, действительно, *незаменимый инструмент коммуникации*. Но об этом речь пойдёт позже.

Попробуем сформулировать собственное представление о том, что такое «Презентация в формате аудиторного обучения». Итак, понятие «Презентация в формате аудиторного обучения» – это эффективный универсальный способ *донесения информации*, который, чаще всего с помощью *визуальных образов и ораторского искусства*, вызывает *интерес* к получаемой информации и *потребность* высказать свою точку зрения, это, действительно, *незаменимый инструмент коммуникации*, который способствует налаживанию *внутренней и внешней коммуникации* между людьми.

Все обозначенные выше компоненты «Презентации в формате аудиторного обучения» способствуют налаживанию внутренней и внешней коммуникации между людьми, можно смело назвать *ключевыми* словами понятия «Презентация в формате аудиторного обучения». Правда, когда речь идёт об аудиторных занятиях, на наш взгляд, презентации чаще всего являются *иллюстративной информацией* к какой-либо лекции, какой-либо теме или исследованию, а иногда даже и своего рода *шпаргалкой открытого типа* на экзамене или защите курсовой либо дипломной работы. В рамках нашего исследования поставлена задача вывести понятие «Презентация» как *арт-ориентированный экстралингвистический объект*, способный создавать содержательный базис и формировать коммуникативную мотивацию при обучении *иноязычному общению* в формате *онлайн*.

Прямо скажем, задача непростая, ведь речь идёт о разработке нового понятия «Презентация в формате онлайн-обучения». Всё то, что *новое*, требует, прежде всего, развить способности к созданию *но-*

вого, фантазию, воображение, творческое мышление, умение слушать и слышать друг друга и многое другое. Даже на аудиторных занятиях – это кропотливая, долгая и довольно трудная работа: научить обучающихся *порождению оригинальных идей; не стесняться*, высказывать своё мнение; *креативно* мыслить. Ещё труднее этого достичь при обучении иноязычному общению в формате онлайн. Ведь именно *креативное* мышление означает необходимость развития способности к созданию нового. Выготский выделил четыре формы, связывающие *воображение и креативность с действительностью* (см.: [Солдатова 2018: 35]). Мы придерживаемся точки зрения Выготского и вслед за ним считаем, что *креативность* опирается на *опыт*, *новое* создаётся из *элементов действительности*. Креативность выступает как *«средство расширения опыта»*, руководствуется *эмоциональным фактором – внутренней логикой чувств*, а также *влияет на чувства*. Оно (средство) предполагает, что на один вопрос может быть *несколько* ответов, что и является условием *порождения оригинальных идей и самовыражения личности*.

Креативность как свойство мышления обучающихся, которая может развиваться в условиях «Арт-ориентированной концепции обучения иноязычной коммуникации», – это общая *творческая способность*, процесс *преобразования* знаний. При этом креативность связана с *развитием воображения, фантазии, гипотетичностью*. Всё это необходимо использовать или развивать при обучении в формате онлайн. Среди характерологических особенностей креативности подразумеваются: *уклонение от шаблона, оригинальность, инициативность, упорство, высокая самоорганизация, колоссальная работоспособность*.

Подводя итог сказанному выше, делаем следующий вывод: в свете «Арт-ориентированной концепции обучения» креативность в условиях иноязычной коммуникации – это *творческие возможности* (способности) обучающихся, которые могут проявляться в мышлении, чувствах, общении, отдельных видах деятельности. Разрабатывая понятие «Презентация как *арт-ориентированный* экстралингвистический объект», этого нельзя упускать из виду. «Арт-ориентированный объект» в данном случае означает, что разрабатываемый нами «экстралингвистический объект», способствующий созданию *содержательного базиса* и вызову *коммуникативной мотивации* в формате онлайн обучения иноязычной коммуникации, должен быть нацелен на комплексное использование ресурсов искусства.

Взяв за основу сформулированное нами определение понятия «Презентация в формате аудиторного обучения», ни в коем случае не умоляя его значимости, попытаемся расширить его за счёт новой смысловой насыщенности и таким образом вывести определение

понятия «Презентация как арт-ориентированный экстралингвистический объект для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн обучения иноязычной коммуникации». Итак, «Презентация в формате онлайн-обучения» – это, прежде всего, «Презентация как арт-ориентированный экстралингвистический объект», нацеленный на комплексное использование ресурсов искусства. Эта презентация – *созидательная*, основанная на *коллективном взаимодействии и Со-творчестве*. Это общая творческая работа, активизация *мыслительной деятельности* за счёт *образного познания реальной действительности*, соотношения тех или иных факторов *внешней и внутренней жизнедеятельности с потребностями и интересами субъекта, незаменимый инструмент коммуникации*. Это формирование *содержательного базиса*, которое невозможно без внешнего ресурса, а именно *экстралингвистического объекта* для формирования *коммуникативной мотивации* в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации.

В свете сказанного выше преподавателю, обучающему иноязычной коммуникации в формате онлайн, необходимо, тщательно продумав, создать комфортные условия, при которых обучающиеся почувствуют свою успешность, свою интеллектуальную состоятельность, смогут высказать свою точку зрения о полученной информации и/или поделиться собственным опытом по поводу обсуждаемого вопроса. Чтобы разработать презентацию для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации, необходимо выбрать, а потом творчески комбинировать друг с другом разные и наиболее интересные *элементы реальности*, создавая иную *фантастическую реальность*, которую можно только угадывать, ощущать и невозможно увидеть физическим зрением, то есть заложить в неё какую-либо *проблему*, которую можно почувствовать, распознать. Это будет реальность с её незримым отражением. *Универсальным инструментом* сохранения и передачи информации и *образного познания* реальности является, как было доказано ранее, фотография. В качестве *внешнего ресурса* выступает *экстралингвистический объект*. Как показ фотографий часто сопровождается рассказом, комментариями, так и в разработке презентации необходимы комментарии, диалоги, выступления, сообщения. Здесь проявляется личностное отношение рассказчика к тому, о чём он рассказывает, а о том, что скрыто за кадром, должен догадаться, понять, определить слушающий. Это и есть тот *содержательный базис*, совокупность мыслей чувств, эмоций обучающихся, который порождает *интерес* и острую *потребность* выразить их в речи и отнестись к тому, что он услы-

шит и увидит. Надо сказать, что эта совокупность мыслей, чувств и т. д., у обучающихся бывает разной. Это очень важно, поскольку при этом наверняка возникнут противоречия, которые немедленно захочется разрешить. Противоречия вызывают личные взгляды обучающихся, их отношение к созданию нового. Эти разногласия надо суметь преодолеть, ведь в споре рождается истина. В совместной разработке *экстралингвистического объекта* порождается общая творческая способность, оригинальные идеи, развиваются способности к созданию нового, развивается воображение. Кроме того, необходимо *«ораторское искусство»* – какое-либо выступление, например на английском языке с переводчиком, чтобы вызвать интерес, а потом и потребность высказаться по поводу обсуждаемых проблем или задать вопросы, то есть возникает как *внутренняя*, так и *внешняя* коммуникация, *естественное, реальное общение* с теми, кто обучает, и с теми, кого обучают.

При этом роль преподавателя состоит в том, чтобы помогать обучающимся, но делать это ненавязчиво, осторожно, дать им больше самостоятельности, иногда советовать сделать что-либо, но не мешать. Такое сотрудничество и сотворчество обучающихся и преподавателя, их взаимодействие позволит в какой-то подходящий момент незаметно подсказать им тему и задачи презентации, которую необходимо коллективно и самостоятельно разработать. Это будет по-настоящему коллективное взаимодействие обучающихся друг с другом, их живое общение, принятие самостоятельных решений, написание сценариев занятий, распределение ролей. Они всё организуют сами.

В отличие от «Презентации в формате аудиторного обучения» «Презентация как арт-ориентированный экстралингвистический объект» состоит из двух этапов.

Этап первый – содержательно-созидательный, его можно было бы назвать «закулисный», поскольку в отличие от аудиторных занятий нас интересует *коммуникативная мотивация* в другом смысле – не на самих занятиях, а в подготовке этих занятий при обучении в формате онлайн. Этим занимается не преподаватель, а обучающиеся (при незаметном участии преподавателя). Они все вместе разрабатывают то, что станет их общей деятельностью на занятиях в формате онлайн: презентацию в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации, одну для всех, совместными усилиями, помогая друг другу. Она являет собой арт-ориентированный экстралингвистический объект, который оказывает непосредственное влияние на создание содержательного базиса и формирование коммуникативной мотивации в формате обучения онлайн. Это коллективное обсуждение содержания, принятие решений, написание

сценария занятия, распределение ролей. Поскольку это арт-ориентированный экстралингвистический объект, он ориентирован, как и «Арт-ориентированная концепция обучения иноязычной коммуникации», на комплексное использование ресурсов искусства, а именно: музыки, пения, элементов театрализации, стихосложения и др., о чём упоминалось ранее. Консультации друг с другом, а при необходимости и с преподавателем проводятся по телефону или онлайн, но внеурочно. Организуются самостоятельные репетиции онлайн, даже если это не в рамках занятия. Возникает множество противоречивых проблем: кому-то это не нравится, кто-то не хочет заниматься этим в принципе, кто-то предпочитает отмолчаться и присмотреться, а кто-то просто не верит в свои способности. Именно из этих противоречий и необходимости их решать и рождается мотивация к общению на первом этапе. Как результат, формируется содержательный базис – сценарий для проведения второго этапа «Презентации как арт-ориентированного экстралингвистического объекта для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации».

Этап второй – коллективный, имаго-ориентированный (театрализованный), демонстрационный, экранная работа: «Презентация арт-ориентированного экстралингвистического объекта для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации». Коллективная работа всех и каждого: здесь все обучающиеся и преподаватель на экране, все они с волнением и радостью исполняют свои роли, здесь могут быть и рисунки, и фотографии и, конечно же, слайды. Преподаватель во всём принимает активное участие в роли студента.

В зависимости от идеи сценария могут появиться и костюмы, и грим, и музыка. Это не фантастика, это фантастическая реальность.

Вполне естественно возникает вопрос: возможно ли (и если да, то по каким критериям) определить уровень сформированности коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации. Дело в том, что критерии сформированности коммуникативной мотивации разработаны В.Л. Прокофьевой (Солдатовой) в её монографии [Прокофьева: 75]. Они разрабатывались исходя из следующих положений. Известно, что коммуникативная мотивация, потребность в высказывании мыслей находит своё выражение в речевой деятельности через реализацию различных речевых функций. Под речевыми функциями понимается центральная функция речи, которая реализуется посредством выражения, сообщения людьми своих мыслей, чувств, эмоций в целях воздействия на поведение, мысли, чувства других людей.

Заметим, что речевая функция не может осуществляться, если нет потребности в общении, выражении своих мыслей, чувств. К числу речевых функций [Прокофьева, 75] относятся: сообщение, убеждение, возмущение, побуждение, обсуждение, уточнение, возражение, одобрение, оправдание, обвинение и другие. Чем более интенсивной будет мотивация к общению, тем более разнообразными и многочисленными будут речевые функции в процессе общения. Количество и содержание речевых функций, вызываемых той или иной презентацией (или кино-, видеофильмом, фотографией и др.), является показателем степени интенсивности коммуникативной мотивации. Групповой усредненный показатель степени интенсивности коммуникативной мотивации вычисляется следующим образом. После просмотра презентации (кино-, видеофильма, фотографий и др.) подсчитывается общее количество речевых функций, необходимых участникам просмотренного материала для реализации потребности в высказывании своих мыслей и чувств по поводу показанного. Общее количество речевых функций делится на число обучающихся, смотревших презентацию. Полученный таким образом результат является показателем степени интенсивности коммуникативной мотивации.

Для оценки интенсивности коммуникативной мотивации использовался метод анкетирования. Раскроем содержание анкеты. Процедура заполнения анкеты проста: знаком «+» слева отмечаются реакции, соответствующие отношению к увиденному и услышанному, справа пишется продолжение этих высказываний соответственно мыслям, чувствам и эмоциям, возникающим в результате просмотра.

Данный подход к изучению интенсивности коммуникативной мотивации, на первый взгляд, достаточно прост, но реально эффективен, тем более что он даёт возможность проверить уровень интенсивности коммуникативной мотивации при просмотре самых разнообразных видов наглядности. Чтобы обсуждать это более подробно, вероятно, потребуется написать ещё одну статью.

Примером может послужить «Презентация арт-ориентированного экстралингвистического объекта – экзамена «Международный экономический форум». 19 ноября 2021 года в Липецком институте кооперации состоялось открытое онлайн-занятие. Участники попробовали себя в ролях маркетологов, биржевых специалистов, финансистов, представителей Центрального банка Великобритании и др. Разумеется, потребовались переводчики, а те, кто пока не решился взять на себя какую-либо роль, приобрели уверенность в том, что это возможно, побывав в роли переводчиков.

Три месяца работы в формате онлайн со студентами третьего курса групп ЭК-Л91 и ЭК-Л92 (28 че-

ловек) направления «Экономика» принесли не разочарование, а большую радость.

Предоставляем вам возможность узнать их коллективное мнение об обучении иноязычной коммуникации в формате онлайн: «Несмотря на трудности, сложившиеся в связи с переходом к обучению иноязычному общению в формате онлайн, мы научились рационально распределять своё время; общаться не только с друзьями, но и с преподавателями, порой обсуждая и разрабатывая новые подходы к изучению какой-либо темы или варианта занятия в формате онлайн»; «Сотрудничество, сотворчество и взаимодействие нас, обучающихся и преподавателя, многому научили, о чём мы раньше даже не задумывались: например, слушать и слышать друг друга и преподавателя, высказывать своё мнение, предлагать свои идеи, творчески мыслить. Не сразу, но постепенно мы узнали, что такое “коммуникативная мотивация”, “содержательный базис”, “экстралингвистический объект”, какое все они имели отношение к обучению иноязычной коммуникации. Понимая, что традиционное обучение в формате онлайн не вызывает особых эмоций, не порождает интереса и тем более острой потребности выразить что-либо в речи, то есть мотивация к общению равна нулю, стали совместно с преподавателем искать, какие объекты реальной действительности будут способствовать формированию коммуникативной мотивации при обучении иноязычной коммуникации в формате онлайн»; «Идея возникла случайно. После того как в 2020 году нам очень захотелось, несмотря на “удалёнку”, быть вместе со всей Россией в День Победы, мы самостоятельно разработали «Презентацию» с условным названием “День Победы, как он был от нас далёк...”, подготовили стихи, сделали переводы ряда стихов на английский язык и даже пели. Это было удивительно, трогательно до слёз... У нас не было такого домашнего задания, была очень сильная душевная потребность, настоящее Со-трудничество, Со-творчество, Со-действие. Это не была презентация – иллюстрация к какому-нибудь заданию. Это была ПРЕЗЕНТАЦИЯ с большой буквы в формате онлайн-обучения, отличающаяся от презентации вообще тем, что презентацию в формате онлайн мы создавали все вместе, одну для всех, совместными усилиями, помогая друг другу. Сами разрабатывали “бизнес-план”, сами составляли сценарий, выкладывали это в “беседу”. Каждый сам выбирал себе роль, самостоятельно её разрабатывал, советуясь друг с другом. Сами организовывали репетиции и даже общую репетицию онлайн. Консультировались с преподавателем либо по телефону, либо онлайн, во внеурочное время. Ощущение самостоятельности нас не покидало. А потом состоялась реальная премьера ПРЕЗЕНТАЦИИ – и не просто презентации, а “Презентации как арт-ориентированного экстралингвистического

объекта для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации”. Именно из этого потом рождались такие замечательные незабываемые занятия, как “День Победы, как он был от нас далёк”, “Международный экономический форум”, “Ещё раз про любовь”, “Rock Party”, “Новогодняя вечеринка” и др. Столько радости, столько эмоций, что невозможно было расстаться друг с другом, даже на экране».

Итак, подведём некоторые итоги нашей работы. В данном исследовании речь шла о проблеме формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации. Рассматривалась «Презентация» как арт-ориентированный экстралингвистический объект для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации. Была обоснована возможность использования «Фото-, слайд-ориентированного обучения» иноязычной коммуникации как одного из арт-ориентированных приёмов «Арт-ориентированной концепции обучения иноязычной коммуникации» для разработки указанной выше презентации. Было доказано, что приём «Фото-, слайд-ориентированное обучение» иноязычной коммуникации способствует разработке понятия «Презентация как арт-ориентированный экстралингвистический объект для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации» в формате онлайн-обучения иноязычной коммуникации. Было выведено определение понятия «Презентация в формате аудиторного обучения», соответствующее рассматриваемой нами проблеме. Было также выведено определение понятия «Презентация как арт-ориентированный экстралингвистический объект для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации в формате онлайн обучения иноязычной коммуникации» и доказано, что такой вид презентации можно использовать в качестве инструмента для решения обозначенной выше проблемы.

Кроме того, своим мнением об использовании «Презентации как арт-ориентированного экстралингвистического объекта для создания содержательного базиса и формирования коммуникативной мотивации при обучении иноязычной коммуникации в формате онлайн» с нами поделились студенты третьего курса Липецкого института кооперации, групп ЭК-Л91 и ЭК-Л92 направления «Экономика», непосредственно участвовавшие в разработке данной проблемы.

Список литературы

Выготский Л.С. Собрание сочинений: в 6 т. / под ред. В.В. Давыдова. Москва: Педагогика, 1982. Т. 2. 504 с.

Киселёва М.В. Арт-терапия в работе с детьми: Руководство для детских психологов, педагогов, врачей и специалистов, работающих с детьми. Санкт-Петербург: Речь, 2008. 160 с.

Мотивационные презентации: статья. URL: <https://dzen.ru/a/XQoIMvcyvQCxVRaR> (дата обращения: 27.12.2022).

Презентация: статья. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Презентация_\(способ_представления_информации\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Презентация_(способ_представления_информации)) (дата обращения: 27.12.2022).

Прокофьева В.Л. Волшебная сила кино-, видеофильма в формировании мотивации к иноязычному общению: монография. Липецк: ЛЭГИ, 2006. 164 с.

Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 720 с.

Солдатова В.Л. Арт-ориентированная концепция обучения иноязычной коммуникации (Инновационное направление в обучении и воспитании): монография: в 2 ч. Липецк: Изд-во Липецкого гос. тех. ун-та, 2018. Ч. 1. 160 с.

Солдатова В.Л. «Вокало-ориентированное обучение иноязычной коммуникации» как приём, способствующий разрешению проблемы Я – ДРУГОЙ // Вестник Костромского государственного университета. Сер.: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2017. № 5. С. 99–104.

Солдатова В.Л., Ситников С.А. Особенности формирования содержательного базиса и коммуникативной мотивации на различных ступенях обучения иноязычной коммуникации (результаты экспериментального исследования) // Русскоязычие и би(поли)лингвизм в межкультурной коммуникации XXI века: когнитивно-концептуальные аспекты: материалы XI Междунар. науч.-метод. конф. Пятигорск: Пятигорский гос. ун-т, 2019. С. 95–106.

Солдатова В.Л., Ситников С.А. Фото-, слайд-ориентированный приём обучения иноязычной коммуникации как средство развития критического мышления обучающихся // Россия и Европа: связь культуры и экономики: материалы XXVII Междунар. науч.-практ. конф. (26 июня 2020 года). Прага, Чешская Республика: Изд-во WORLD PRESS s r. o, 2020. С. 96–99.

Что такое презентация?: статья. URL: <https://www.sites.google.com/site/ctotakoeprezentacia/> (дата обращения: 27.12.2022).

References

Chto takoe prezentacija?: stat'ja [What is a presentation?: The article]. URL: <https://www.sites.google.com/site/ctotakoeprezentacia/> (access date: 27.12.2022). (In Russ.)

Kiseljova M.V. *Art-terapija v rabote s det'mi: Ru-kovodstvo dlja detskih psihologov, pedagogov, vrachej i specialistov, rabotajushhih s det'mi* [Art therapy in

working with children: A guide for child psychologists, teachers, doctors and specialists working with children]. Saint Petersburg, Rech' Publ., 2008, 160 p. (In Russ.)

Motivacionnye prezentacii: stat'ja [Motivational presentations: the article]. URL: <https://dzen.ru/a/XQoIMvcyvQCxVRaR> (access date: 27.12.2022). (In Russ.)

Prezentacija: stat'ja [Presentation: the article]. URL: [https://ru.wikipedia.org/wiki/Prezentacija_\(sposob_predstavlenija_informacii\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/Prezentacija_(sposob_predstavlenija_informacii)) (access date: 27.12.2022). (In Russ.)

Prokof'eva V.L. *Volshebnaia sila kino-, videofil'ma v formirovanii motivacii k inojazychnomu obshheniju: monografija* [The magic power of cinema, video in the forming of motivation for foreign language communication: monograph]. Lipetsk, LEGI Publ., 2006, 164 p. (In Russ.)

Rubinshtejn S. L. *Osnovy obshhej psihologii* [Basics of general psychology]. Saint Petersburg, Piter Publ., 2002, 720 p. (In Russ.)

Soldatova V.L. *Art-orientirovannaja koncepcija obuchenija inojazychnoj kommunikacii (Innovacionnoe napravlenie v obuchenii i vospitanii): monografija: v 2 ch.* [Art-oriented concept of teaching foreign language communication (Innovative direction in teaching and upbringing): monography: in 2 vols.]. Lipetsk, Izd-vo Lipeckogo gos. teh. un-ta Publ., 2018, vol. 1, 160 p. (In Russ.)

Soldatova V.L. «*Vokalo-orientirovannoe obuchenie inojazychnoj kommunikacii*» kak prijom, sposobstvujushhij razresheniju problemy Ja – Drugoj. [«Vocal-oriented foreign language communication teaching» as a technique contributing to the solution of the I – Another problem]. *Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta. Ser.: Pedagogika. Psihologija. Sociokinetika* [Bulletin of Kostroma State University. Series: Pedagogy. Psychology. Sociokinetics.], 2017, vol. 5, pp. 99–104. (In Russ.)

Soldatova V.L., Sitnikov S.A. *Osobennosti formirovanija sodержatel'nogo bazisa i kommunikativnoj motivacii na razlichnyh stupenjah obuchenija inojazychnoj kommunikacii (rezul'taty jeksperimental'nogo issledovanija)* [Features of the formation of the content basis and communicative motivation at various stages of teaching foreign language communication (results of an experimental study)]. *Russkojazychie i bi(poli)lingvizm v mezhkul'turnoj kommunikacii XXI veka: kognitivno-konceptual'nye aspekty: materialy XI Mezhdunar. nauch.-metod. konf.* [Russian and Bi(poly)linguism in intercultural communication of the XXI century: cognitive and conceptual aspects: materials of the XI International Scientific and Methodological Conference]. Pyatigorsk, Pjatigorskij gos. un-t Publ., 2019, pp. 95–106. (In Russ.)

Soldatova V.L., Sitnikov S.A. *Foto-, slajd-orientirovannij prijom obuchenija inojazychnoj kommunikacii kak sredstvo razvitija kriticheskogo myshlenija obu-*

chajushhihsja [Photo-, slide-oriented foreign language communication teaching technique as a means of developing learners' critical thinking]. *Rossija i Evropa: svjaz' kul'tury i jekonomiki: materialy XXVII mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (26 ijunja 2020 goda)* [Russia and Europe: the Link between Culture and Economics: Proceedings of the XXVII International Scientific and Practical Conference (June 26, 2020)]. Prague, Czech Republic, Izd-vo WORLD PRESS s r.o. Publ., 2020, pp. 96-99. (In Russ.)

Vygotskij L.S. *Sobranie sochinenij: v 6 t.* [Collected works: in 6 vols.], ed. by V.V. Davydova. Moscow, Pedagogika Publ., 1982, vol. 2, 504 p. (In Russ.)

Статья поступила в редакцию 16.03.2023; одобрена после рецензирования 30.03.2023; принята к публикации 10.04.2023.

The article was submitted 16.03.2023; approved after reviewing 30.03.2023; accepted for publication 10.04.2023.