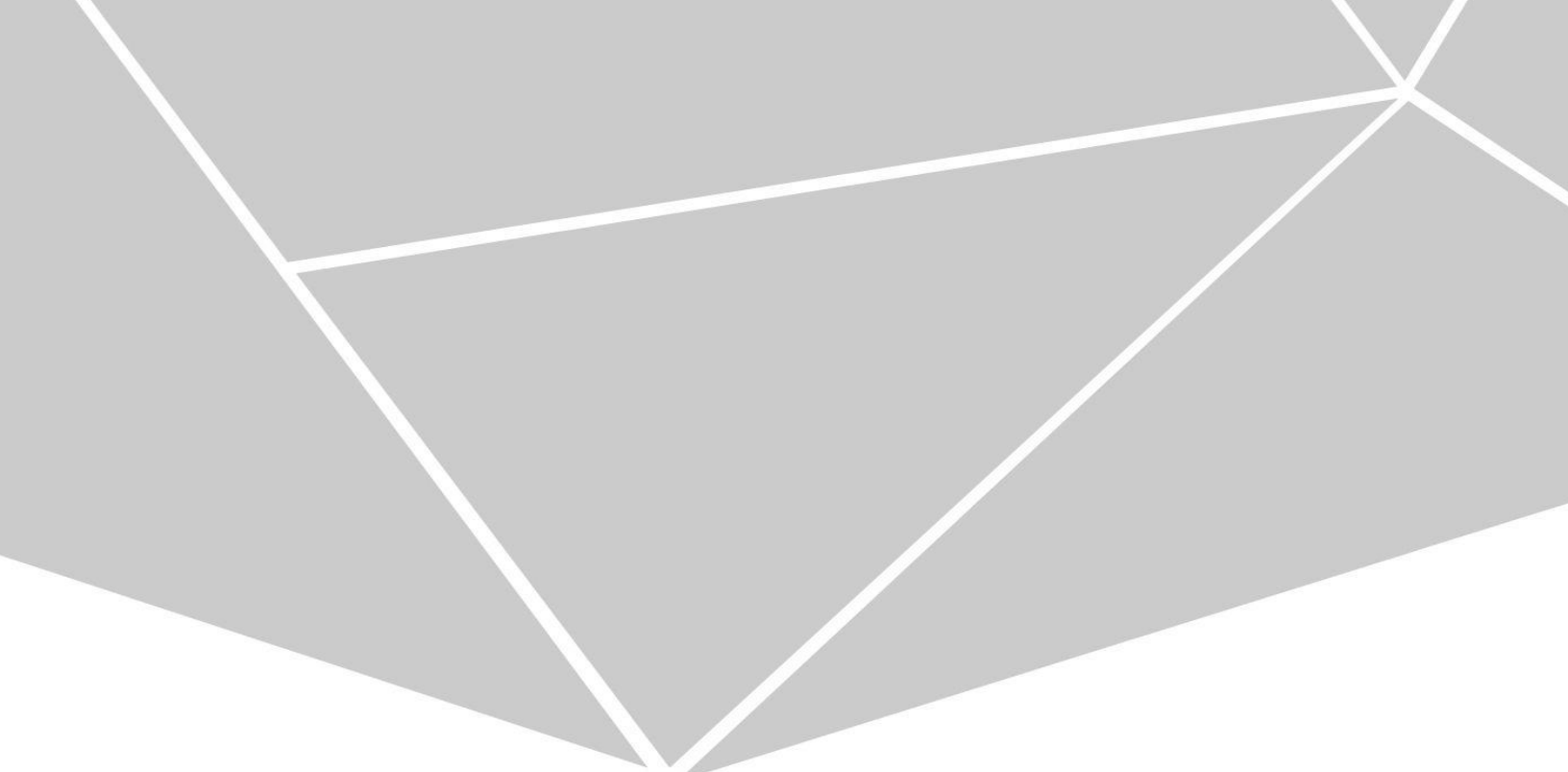




ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ**

WWW.EPEJ.RU

**НАУЧНАЯ ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ НАУКА**

**Педагогика и психология: вопросы
теории и практики**

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

№ 1/2020

www.epej.ru

Нижний Новгород 2020

УДК 37

ББК 74

П24

Международный научный электронный журнал «Педагогика и психология: вопросы теории и практики», Нижний Новгород: НОО «Профессиональная наука» - № 1- 2020. – 59 с.

ISSN 2686-8822

Статьи журнала содержат информацию, где обсуждаются наиболее актуальные проблемы современной педагогики и психологии, и результаты фундаментальных исследований в различных областях педагогики, образования и психологии.

Журнал адресован работникам сферы образования, учителям, преподавателям, психологам, разрабатывающим стратегические направления развития современной педагогической и психологической науки ученым, аспирантам, соискателям, магистрантам, преподавателям-практикам, студентам.

Все включенные в журнал статьи прошли научное рецензирование и опубликованы в том виде, в котором они были представлены авторами. За содержание статей ответственность несут авторы.

Электронная версия журнала находится в свободном доступе на сайте www.epej.ru

УДК 37

ББК 74

Редакционная коллегия:

Главный редактор – **Кузьменко Наталья Ивановна** — кандидат педагогических наук доцент, преподаватель ГБПОУ «Магнитогорский педагогический колледж»

Редакционный совет:

1. **Ежкова Нина Сергеевна** — доктор педагогических наук, доцент, Профессор кафедры психологии и педагогики. ФГБОУ ВО «Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н.Толстого»

2. **Агеев Валентин Васильевич** — профессор, к.психол.н., университет Кайнар, Алматы

3. **Куликова Татьяна Ивановна** — кандидат психологических наук, доцент, Тульский государственный педагогический университет им Л.Н. Толстого

4. **Лебедева Ирэна Валерьевна** — кандидат социологических наук, доцент, Доцент кафедры гуманитарных дисциплин и английского языка КИМРТ (Каспийского института морского и речного транспорта) имени генерал-адмирала Фёдора Матвеевича Апраксина.

5. **Малушко Елена Юрьевна** — кандидат педагогических наук, доцент, ФГАОУ ВО «Волгоградский государственный университет»

6. **Молчанова Елена Владимировна** — кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке (Краснодарский край)

7. **Шалагинова Ксения Сергеевна** – кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры психологии и педагогики Тульского государственного педагогического университета им. Л.Н. Толстого, педагог-психолог Центра образования № 4, г. Тула

8. **Шмелёв Степан Викторович** — главный редактор, кандидат педагогических наук, доцент кафедры Физиологии и безопасности жизнедеятельности человека, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», директор средней общеобразовательной школы №3, г. Нижний Новгород

Материалы печатаются с оригиналов, поданных в оргкомитет, ответственность за достоверность информации несут авторы статей

© НОО Профессиональная наука, 2015-2020

Оглавление

Возрастная психология.....	6
Жданова Л.Г., Маркеева А.А. Взаимосвязь личностных особенностей и мотивов выбора профессии у обучающихся старших классов.....	6
Социальная психология	13
Artamonova O., Volkova A., Larina T., Noack N. Empirical studies of the interrelation of individual & psychological characteristics of employees of an organization and of their social percepts of technologies and products of digital economics	13
Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования).....	28
Комиссарова М.Н. Факторы привлекательности образовательной среды: PR аспект.....	28
Сиротина И.К., Рогалевич С.С., Касьяник В.В. К вопросу разработки дизайна гейм-персонажа дидактической игры	37
Языковое образование	44
Андреев И.Е., Рябова В.Б. О принципах преподавания английского языка как иностранного	44
Гончарук А.Е. Игровые технологии на уроках английского языка по ФГОС.....	49

Возрастная психология

УДК 159.9

Жданова Л.Г., Маркеева А.А. Взаимосвязь личностных особенностей и мотивов выбора профессии у обучающихся старших классов

The relationship of personal characteristics and motives for choosing a profession in high school students

Жданова Лора Геннадьевна

Кандидат психологических наук,
доцент кафедры педагогики и психологии,
Самарский государственный социально-педагогический университет

Маркеева Алина Альбертовна

студент 1 курса факультета психологии и специального образования,
магистратура «Психологическое консультирование»,
Самарский государственный социально-педагогический университет
Zhdanova Lora Gennadyevna

Candidate of psychological sciences, associate professor,
department of pedagogy and psychology
Samara State Social and Pedagogical University
Markeeva Alina Albertovna

1th year student of the Faculty of Psychology and Special Education,
magistracy «Psychological counseling»,
Samara State Social and Pedagogical University

Аннотация. Профессиональное самоопределение не теряет актуальности для обучающихся старших классов. Проведено изучение взаимосвязи личностных особенностей и мотивов выбора профессии у обучающихся старших классов. Выявлено, что существует статистически значимая взаимосвязь между мотивами профессионального выбора и личностными особенностями обучающихся старших классов. Можно констатировать, что такие качества личности старшеклассников как подчиненность, робость, неуверенность в себе, послушность, осторожность, беспокойность могут быть связаны с проявлением мотива родительский сценарий.

Ключевые слова: профессиональное самоопределение, юношеский возраст, обучающиеся в старших классах, мотивы выбора профессии, личностные особенности старшеклассников.

Abstract. Professional self-determination does not lose relevance for high school students. The study of the relationship of personal characteristics and motives for choosing a profession in high school students. It was revealed that there is a statistically significant relationship between the motives of professional choice and the personality characteristics of high school students. It can be stated that such personality traits of high school students as subordination, timidity, self-doubt, obedience, caution, anxiety can be associated with the manifestation of the motive of the parental scenario.

Keywords: professional self-determination, adolescence, students in high school, motives for choosing a profession, personal characteristics of high school students.

Рецензент: Шмелёв Степан Викторович — главный редактор, кандидат педагогических наук, доцент кафедры Физиологии и безопасности жизнедеятельности человека, ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина», директор средней общеобразовательной школы №3, г. Нижний Новгород

Проблема профессионального самоопределения является одной из важных во все времена, затрагивая все возрастные периоды жизни человека, но наиболее остро она ощущается именно в старших классах школы. Перед каждым старшеклассником встает этот ответственный момент выбора дальнейшего жизненного пути. Далеко не каждый способен самостоятельно определиться с этим выбором. Именно поэтому старшеклассник нуждается в психологической помощи по решению проблемы профессионального самоопределения, которая способствует формированию адекватных представлений о своей личности, о своем будущем, в соответствии с индивидуальными особенностями, способностями и интересами.

В юношеском возрасте продолжают развитие, либо формируются такие компоненты личности как Я-концепция, смысложизненные и ценностные ориентации, личностное и профессиональное самоопределение, мировоззрение. Эти компоненты личности являются психологическими предпосылками вступления в самостоятельную, взрослую жизнь. Отличительными чертами юношеского возраста являются значительное усиление саморефлексии и перестройка сфер общения, способствующие усилению самопознания личности. Самоопределение, как профессиональное, так и личностное, становится центральным новообразованием ранней юности. Это новая внутренняя позиция, включающая осознание себя как члена общества, принятие своего места в нём [3].

В старших классах юноши и девушки концентрируются на профессиональном самоопределении. Оно подразумевает самоограничение, отрешение от подростковых фантазий, в которых подросток был в силах стать представителем какой угодно, наиболее симпатичной профессии. Старшеклассникам требуется ориентироваться в разнообразных профессиях, что для них затруднительно, потому что в основе отношения к профессиям лежит не свой личный, а посторонний опыт – информация, полученная от родителей, друзей, знакомых, из телепередач и так далее. Этот опыт обычно абстрактен, не пережит и не выстрадан. Вместе с тем следует адекватно дать оценку своим объективным возможностям: уровню учебной подготовки, здоровью, материальному положению семьи и, конечно же, своим способностям и склонностям.

Выбирая профессию, старшие школьники в большинстве случаев ориентируются на уровень выраженности у себя в первую очередь нравственно-волевых, затем интеллектуальных и только потом организаторских качеств. В то же время не все старшеклассники при выборе профессии ориентируются на определенные качества своей личности. Иногда сильное влияние на выбор профессии оказывают родители, сверстники и различные специалисты. Кроме того, выбор профессии — это достаточно длительный процесс, который происходит не одномоментно. Для успешного решения проблемы профессионального самоопределения старшеклассник должен как бы «созреть». При этом, сложность профессионального самоопределения в юношестве состоит еще и в том, что сам выбор – это всегда отказ от чего-либо, от каких-то имеющихся равнозначных вариантов. Юноши и девушки сталкиваются с

определенными противоречиями, которые они сами должны разрешить в процессе профессионального самоопределения [1].

Ситуация выбора профессии характеризуется двойственностью, где с одной стороны – мир профессий, обладающий безграничным диапазоном характеристик, с другой – субъект выбора профессии, личность со всеми ее особенностями.

Фактором успешности процесса профессионального самоопределения является согласованность психологических особенностей человека с содержанием и требованиями профессиональной деятельности. Также немаловажным критерием в успешности профессионального выбора выступает способность личности адаптироваться к трансформирующимся социально-экономическим условиям внешней среды. Таким образом, основой выбора в профессиональном самоопределении на разных возрастных выступают качества личности самоопределяющегося [5].

Профессиональное самоопределение любого человека является чем-либо мотивированным. В том случае, если на первый взгляд кажется, что выбор ничем не мотивирован, можно судить о том, что в данном случае мотив не до конца осознаваем самоопределяющейся личностью либо скрыт от наблюдателя. Как правило, не всегда действительный мотив осознается личностью напрямую, но может проявляться в эмоционально-окрашенной реакции на те или иные объекты или явления сторон профессиональной деятельности, как отражение их личностного смысла для самоопределяющегося [4].

Важно то, каким мотивом побуждается профессиональный выбор, от этого во многом зависит эффективность и качественные особенности протекания процесса профессионального самоопределения личности.

Р.В. Овчарова в своих исследованиях мотивов выбора профессии выделяет такие типы мотивов:

- внутренние индивидуально значимые мотивы. Такие мотивы имеют свою основу исходя из личностных особенностей и внутреннего потенциала личности самоопределяющегося;
- внутренние социально значимые мотивы. Такого рода выбор основан на социальной значимости определенной профессии, а также на возможности общения внутри коллектива;
- внешние положительные мотивы. К таким мотивам относят: уровень оплаты труда; социальные блага, предоставляемые предприятием работнику; социальная защищенность; возможность профессионального роста;
- внешние отрицательные мотивы. Такие мотивы связаны с внешним воздействием на личность самоопределяющегося путем давления, наказаний, критики, осуждения и других санкций негативного характера [6].

Кибирев А.А. в своих исследованиях мотивационной сферы профессионального самоопределения старшеклассников выделяет следующие виды мотивов выбора профессии:

- родительский сценарий, где фактором, побуждающим выбор определенной профессии, является опыт родителей;

- династический выбор, основанный на необходимости продолжения профессиональной династии;
- родительское завещание, где выбором профессии движет желание исполнить родительскую волю;
- консультационный выбор, который основан на результатах индивидуального психологического консультирования;
- компенсаторный выбор, связанный с желанием самоопределяющейся личности изменить определенные личностные характеристики, не удовлетворяющие его;
- стадный выбор, основанный на выборе профессии, которую выбрал товарищ или большинство коллектива обучающихся;
- социально-инфраструктурный выбор, основан на желании личности сменить место жительства на более привлекательное для него;
- ситуационно-прагматический выбор, обусловлен рациональным планированием карьеры, принципом личной выгоды и рейтингом профессии на рынке труда;
- предметный выбор, основан на выборе профессии исходя из полюбившегося школьного предмета или личности педагога, преподающего определенный предмет;
- инфантильный выбор, связан с отсутствием сформированности осознанности в выборе профессии;
- антипрофессия, основан на желании самоопределяющегося достичь любыми путями власти или материального достатка, даже с помощью криминальной деятельности;
- свободный выбор происходит с учетом личностных особенностей, способностей и интересов самоопределяющегося;
- телевизионный фактор, связанный с желанием личности подражать герою телепередач или кинофильмов;
- книжный фактор, где выбор профессии основан на определенной тематике литературы или подражании конкретному литературному герою [2].

Целью нашего исследования было изучение взаимосвязи личностных особенностей и мотивов выбора профессии у обучающихся старших классов. Мы предположили, что существует взаимосвязь между мотивами выбора профессии и личностными особенностями, то есть внешние отрицательные мотивы выбора профессии взаимосвязаны с робостью старшеклассника, а мотив выбора профессии «родительский сценарий» взаимосвязан с такими качествами личности, как подчиненность, осторожность и робость.

Исследование проводилось на базе одной из гимназий г.о. Самара. В исследовании приняло участие 67 юношей и девушек в возрасте 15-17 лет. Личностные особенности обучающихся старших классов исследовались с помощью 14-факторного личностного опросника Р. Б. Кеттелла (юношеский вариант). Для исследования мотивов выбора профессии были использованы следующие методики: методика определения мотивов выбора профессии Р.В. Овчаровой, опросник для выявления мотивов профессионального выбора А.А. Кибирева.

Полученные результаты показали, что у 58% (39 чел.) обучающихся старших классов преобладают внутренние индивидуально значимые мотивы. У 22,5% (15 чел.) обучающихся старших классов доминируют внешние положительные мотивы. У 18% (12 чел.) обучающихся старших классов преобладают внутренние социально значимые мотивы. Для 1,5% (1 чел.) обучающихся старших классов главенствующими являются внешние отрицательные мотивы.

Результаты исследования по опроснику для выявления мотивов профессионального выбора А.А. Кибирева свидетельствуют о том, что 31% (21 чел.) обучающихся старших классов преобладает свободный выбор. У 27% (18 чел.) старшеклассников доминирует предметный выбор. 18% (12 чел.) обучающихся старших классов при выборе профессии основывались на ситуационно-прагматическом выборе. Выбор профессии 9% (6 чел.) обучающихся старших классов основан на родительском сценарии. У 6% (4 чел.) старшеклассников выявлен мотив инфантильного выбора профессии. У 3% (2 чел.) обучающихся старших классов выбор основывается на «Антипрофессии». Мотив династического выбора профессии выявлен у 1,5% (1 чел.) обучающихся старших классов. У 1,5% (1 чел.) старшеклассников мотив выбора профессии основан на компенсаторном выборе. Социально-инфраструктурный мотив был выявлен у 1,5% (1 чел.) обучающихся старших классов. У 1,5% (1 чел.) старшеклассников мотивом выбора профессии выступает книжный фактор.

Исходя из данных, полученных в ходе использования методики 14-факторный личностный опросник Кеттелла, можно сделать вывод, что большинство обучающихся старших классов имеют высокий уровень развития интеллектуальных способностей, высоко эмоционально чувствительны, имеют низкий волевой контроль.

Для того, чтобы выявить и изучить взаимосвязь между личностными особенностями и мотивами выбора профессии, использовался коэффициент корреляции Пирсона, который показал наличие:

- слабой положительной корреляционной связи между показателем внутренних индивидуально значимых мотивов и показателем по фактору J ($r_{xy}=0,268$);
- слабой положительной корреляционной связи между показателем внешних положительных мотивов и показателем по фактору G ($r_{xy}=0,286$);
- слабой отрицательной корреляционной связи между показателем внешних отрицательных мотивов и показателем по фактору E ($r_{xy}= -0,264$);
- средней отрицательной корреляционной связи между показателем внешних отрицательных мотивов и показателем по фактору H ($r_{xy}= -0,3$).

Обработка результатов диагностики обучающихся старших классов по опроснику для выявления мотивов профессионального выбора А.А. Кибирева и 14-факторного личностного опросника Кеттелла с помощью коэффициента корреляции Пирсона показала наличие:

- слабой положительной корреляционной связи между показателем мотива профессионального выбора компенсаторный выбор и показателями по факторам E ($r_{xy}=0,246$) и Q2 ($r_{xy}=0,264$);

- слабой положительной корреляционной связи между показателем мотива профессионального выбора династический выбор и показателем фактора О ($r_{xy}=0,248$);
- слабой отрицательной корреляционной связи между показателем мотива профессионального выбора книжный фактор и показателем фактора Q4 ($r_{xy}= -0,296$);
- слабой отрицательной корреляционной связи между показателем мотива выбора профессии родительский сценарий и показателями факторов F ($r_{xy}= -0,290$) и H ($r_{xy}= -0,249$);
- средней отрицательной корреляционной связи между показателем мотива профессионального выбора родительский сценарий и фактором E ($r_{xy}= -0,459$, при $p=0,01$).

Таким образом, проведенное исследование позволяет утверждать, что существует статистически значимая взаимосвязь между мотивами профессионального выбора и личностными особенностями обучающихся старших классов. Можно констатировать, что такие качества личности старшеклассников как подчиненность, робость, неуверенность в себе, послушность, осторожность, беспокойность могут быть связаны с проявлением мотива родительский сценарий. Особенностью таких мотивов является выбор профессии по желанию или настоянию родителей. Возможно, именно чрезмерная послушность и робость старшеклассников не дают возможности противостоять внешнему влиянию.

Вполне закономерна взаимосвязь династического выбора профессии и склонности к чувству вины. У таких старшеклассников действительно достаточно развитое чувство долга, которое и не позволяет им выбрать профессию, противоречащую их традиционной, семейной.

Если говорить о взаимосвязи компенсаторного выбора и факторов E+ и Q2+, характеристиками которых являются такие качества личности как независимость, самодостаточность, тщеславность и авантюристичность. Вполне можно сопоставить желание таких старшеклассников стать лучше, стремиться к саморазвитию и самосовершенствованию, заведомо выбирая такую профессию, в которой могли бы развить качества, не удовлетворяющие их.

Взаимосвязь такого мотива профессионального выбора как книжный фактор и фактора Q4-, который характеризуется как эго-расслабленность личности, проявляющаяся в удовлетворенности любым положением дел, нежелании проявлять инициативу и отсутствии стремления к переменам, также вполне закономерна. Именно такие качества личности старшеклассника и опора на собственный опыт в виде прочтенных литературных произведений и являются основой выбора подобного рода.

Понимание проблемы взаимосвязи личностных особенностей и мотивов выбора профессии у обучающихся старших классов позволит оптимизировать процесс психологического сопровождения профессионального самоопределения старшеклассников.

Библиографический список

1. Закирова А. Б. Проблемы выбора профессии у старшеклассников/ А. Б. Закирова, Е. О. Кушнир // Научное и образовательное пространство: перспективы развития: материалы VI Междунар. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 13 авг. 2017 г.) / редкол.: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. — С. 200–201.
2. Кибирев А.А. Активные методы обучения и профконсультирования. Практикум по профориентации школьников старших классов: методические рекомендации. – Хабаровск: ХК ИППК ПК, 2005, - 75 с.
3. Кон И.С. Психология ранней юности. М.: АСТ, 2008, - 192 с.
4. Некрасова О.Н. Мотивы выбора профессии // Вестник Прикамского социального института. 2016. №3 (75). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/motivy-vybora-professii> (дата обращения: 01.11.2018).
5. Пряжникова Е.Ю. Профориентация: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е. Ю. Пряжникова, Н.С. Пряжников. — 2-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2006. — 496 с.
6. Улыбина С.А. Изучение мотивов выбора профессии у студентов психологов первого и третьего курсов // Научное сообщество студентов XXI столетия. ГУМАНИТАРНЫЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. XLI междунар. студ. науч.-практ. конф. № 4(41). URL: [https://sibac.info/archive/guman/4\(41\).pdf](https://sibac.info/archive/guman/4(41).pdf) (дата обращения: 14.11.2018)

Социальная психология

УДК 159.9.072.43

Artamonova O., Volkova A., Larina T., Noack N. Empirical studies of the interrelation of individual & psychological characteristics of employees of an organization and of their social percepts of technologies and products of digital economics

Artamonova Olga
Volkova Anastasia
Larina Tatiana
Noack Natalia

1. student of Paracelsium University
2. postgraduate, National Research University High School of Economics, junior researcher, Central Economic & Mathematic Institute at RAS
3. researcher, ANO DPO Institute of International Accounting and Management Standards
4. PhD in psychology, senior researcher, Central Economic & Mathematic Institute at RAS

Abstract. *The rationale is stipulated by existing psychological problems of studies of the interrelation between individual & psychological characteristics of employees of an organization and their social percepts of the use of technologies and products of digital economics. Here can be referred the non-readiness of employees for the perception of new advantages and possibilities of technologies and products of digital economics, its concentration on risks and threats, what can hinder the implementation of technologies and products in practical activities of an organization. This article discloses peculiarities of the first stage of studies, which main task was to reveal the possible interrelation and the degree of the expressed users' proneness to the risk on the one hand, and of their social percepts of the direction and intensiveness of use of certain technologies and products on the other hand.*

Social percepts have been revealed with specially developed instruments and were analyzed by a range of parameters. While collecting and processing the data quality and quantity analysis data have been collected. For this purpose SPSS – «Statistical Package for the Social Sciences» has been used.

The hypothesis on the existing relation between respondents' proneness to the risk in physical danger situations and their percept of the direction and intensiveness of the use of technologies and products of digital economics has not been confirmed. Respondents of the selection according to individual & personal characteristics are not prone to risk and prefer definition, confidence and predictability of events. The possible interpretation of obtained results has been provided as opinions.

Keywords: *individual & psychological characteristics of employees of an organization, social percepts, digital technologies, proneness to risk.*

Рецензент: Лебедева Ирэна Валерьевна — кандидат социологических наук, доцент, Доцент кафедры гуманитарных дисциплин и английского языка КИМРТ (Каспийского института морского и речного транспорта) имени генерал-адмирала Фёдора Матвеевича Апраксина.

Introduction

The transition to digital economics is one of priority strategic tasks of the development of the Russian Federation. The successful development of digital economics will be mainly determined by social percepts, as well as by users' confidence to new advantages and to new possibilities of the practical appliance of the more and more expanding spectrum of its products. Products of digital economics penetrate deeper and deeper in the common life of people – financial, consumer, educational, labor, leisure and other spheres. The market of products of digital economics becomes more personified, able to provide the consumer with just what he/she needs. People acquire new opportunities in the implementation of their needs. On the other hand, there are different risks and threats, referred to the implementation of digital economics. Psychological problems of the use of products of digital economics are referred to people's non-readiness for the percept of new advantages and possibilities of its products, concentration on possible risks and threats, what can hinder the implementation of digital technologies and products in different spheres of human practical activities. Mentioned circumstances can also cause such process as desadaptation of a personality, confusion in the new world of digital technologies, blurring of the own ego interface. This stipulates the timeliness of studies of social percepts of technologies and products of digital economics by users, as well as of its individual & psychological correlates.

The task of empirical studies, carried out by authors, is to reveal the interrelation of some individual & psychological characteristics of users and of their social percepts of some technologies and products of digital economics.

Materials and Methods

1. Synopsis of existing instruments

Instruments of the analysis of the subject of interest, existing in the research literature, refers, mainly, to the area of revealing of the *attitude* towards new technologies and products of digital economics. The survey of several methods is given in the work [1]. Venkatesh V. etc., as well as Donat E. [2; 3] etc. questionnaires measure such characteristics as: expected performance, workload, social influence, terms, facilitating the use of technology, hedonistic motivation, cost, habit, intention to use and the frequency of use. In the semantic differential method of Vishwanath A. [4] the accent is made on the common evaluation, workload, usefulness, interest, cost and safety of the technology. The scale of Sinkovics R. and of his colleagues measures the attitude to the use of bank machines according to three characteristics – fear of mistake, non-confidence to machines, convenience [5]. Cox D.N. and Evans G. Write about the risk level, usefulness, profits from use, confidence to the information about new technology [6]. From Russian researchers a reference to the work should be made [7].

While developing methodic instruments for our work we have been basing, partially, on above mentioned methods, as well as on the analysis criteria, highlighted thereunder. Instruments of performed studies comprised both standardized tests for studies of individual & psychological characteristics of a personality, as well as methodic procedures, specially created for the purpose of studies and oriented to the revelation of social percepts of digital technologies by respondents. One

of it offered respondents to reflect their perceptions of the use of digital technologies by 11 scales, among which were such as: «convenient-inconvenient», «economically profitable-economically non-profitable», «safe-unsafe». For the evaluation the 7 score scale was offered, where each pole comprised three different response options, as well as the choice possibility, depending on the intensiveness of such or such indicated parameter in conformity with respondents' percept of its manifestations in daily practice and activities. Another author's method («User's Scale») respondents were offered to assess the intensiveness of their use of certain digital technologies in the daily life (online payments, car sharing, social networks etc.), as well as the typical practice of their behavior if offered to provide their personal information on the site.

2. Originality of approach

The originality of approach is as follows.

1. For empirical studies were taken individual & psychological characteristics, which have not been considered earlier in relation to social percepts: proneness to risk; subjective control (externality/internality) level; rigidity, level of the total confidence/non-confidence of a personality towards him/herself/world/people.

2. In social percepts of digital technologies is highlighted a range of parameters, which have not yet became an object of the sufficient number of studies, at least of ones of national scientists, among it: economic profit and credibility, modernity and innovativeness; use for health.

3. The survey sample comprised *employees of one organization*, i.e. people, meeting and working together every day, connected by certain relations and common activities.

3. Organization of psychodiagnostic studies

In the performed studies participated employees of a commercial organization, dealing with manufacturing and package of accessories for mobile devices. The total number of the sample was 33 people, among them 14 men and 19 women. Age-related characteristics: 19-25 y.o. – 12 people; 26 – 31 y.o. – 10 people; 31 y.o. and older – 11 people. The experience of professional activities of employees was determined by the number of years, which varied from 1 to 3 years. The education level of the sample was: secondary – 10 people, secondary vocational education – 12 people, higher and incomplete higher education – 11 people. The classic “paper-pencil” option was selected. Studies were performed in group, when all members simultaneously fill the questionnaire, which comprised 6 methods and started with the *General instruction*.

For empirical studies were selected following individual & psychological characteristics: level of total confidence of a personality towards his/herself /world/people; proneness to risk; subjective control (externality/internality) level; rigidity. As instruments for the revealing of the interrelation of proneness to risk of users of technologies and of products of digital economics, on the one hand, and the direction and intensiveness of use of certain technologies and products on the other hand were used *Methods of diagnostics of the level of readiness to Schubert's risk* [8] and *User's scale* (author's method), accordingly.

4. Description of used methods

Methods of diagnostics of the level of readiness to Schubert's risk. Methods allow to assess peculiarities of human behavioral reactions in situations, referred to uncertainty, danger to life, requiring the breach of established norms, rules. The test comprises 25 questions, for each of these is offered one of five options of replies, characterizing the respondent most precisely: from the full consent to the steady "no". The data has been processed in conformity with the offered key.

As a second diagnostic instrument at the second stage of studies was selected such especially created author's method as «User's Scale». It is oriented to the revealing of the frequency of use by respondents' of most wide spread digital technologies. Besides that, it is offered to reveal respondents' attitude towards such issue as personal safety in the digital space. The choice of namely such trends of the percept of digital technologies is stipulated by its intensive development among Russian users. So, the development of the e-commerce, namely, of the e-shopping, opens larger opportunities for the purchase of goods and, nowadays, its scales already surpass purchases in ordinary shops [9; 10].

Respondents were offered to assess the intensiveness of use of five digital technologies in their daily life (online-payments, e-shopping, car sharing, online bank, social networks, as well as the typical practice of their behavior, when offered to provide the site with their personal information. Methods comprise 5 affirmations in conformity with five selected digital technologies, which first part means such or such direction and the second one – options of its use frequency. Example:

I buy in Internet (goods and services):

- never
- less often than once a year
- 1-2 times a year
- 1-2 times in a quarter (3-4 months)
- once a month
- once a week and more often

The sixth affirmation offers the user to assess the typical practice of his/her behavior, when offered to provide the personal information to the site. It assumes following reply options: *I leave the site; I leave the information, but I change the data as much as possible; I leave the minimal information; I leave the information without any problems.* In all six affirmations of the scale the respondent is offered to underline the selected option.

Instruction. Please, assess, how often in your life do you use following digital technologies. Underline the selected option.

Results and discussion.

Among 33 respondents 15 people have got average values of the level of readiness for risk (-10 \ + 10 scores) (45,5%), 11 people have got the level of readiness for risk lower than the average one (-30 \ -11 scores) (33,3%) and 3 people have got the low level of the readiness for risk (lower than -30) (9%). So, most respondents showed a rather low level of the readiness for risk: among 33

respondents only three are ready for risk above average values (9% - have got +10 \ +20 scores), and only 1 person showed high results in questions on the level of readiness for the risk (more than 20 scores). It can witness, that respondents of this sample, according to their individual & personal characteristics, are not prone to the risk is situations, assuming the physical danger, and prefer certainty, confidentiality and predictability of events.

Such coherence of individual characteristics can be somehow explained by the identity of performed activities: let's remind, that all our respondents are employees of the same organization and carry out the work, referred to the manufacturing, package and sorting of accessories for mobile devices. The head of the organization has been selecting the personnel just for such qualities – mind equableness, ability for monotonous tasks, non-proneness for sudden and risky activities.

At the figure 1, is shown the distribution of respondents by answers, while using *Methods of diagnostics of the level of readiness to Schubert's risk*.

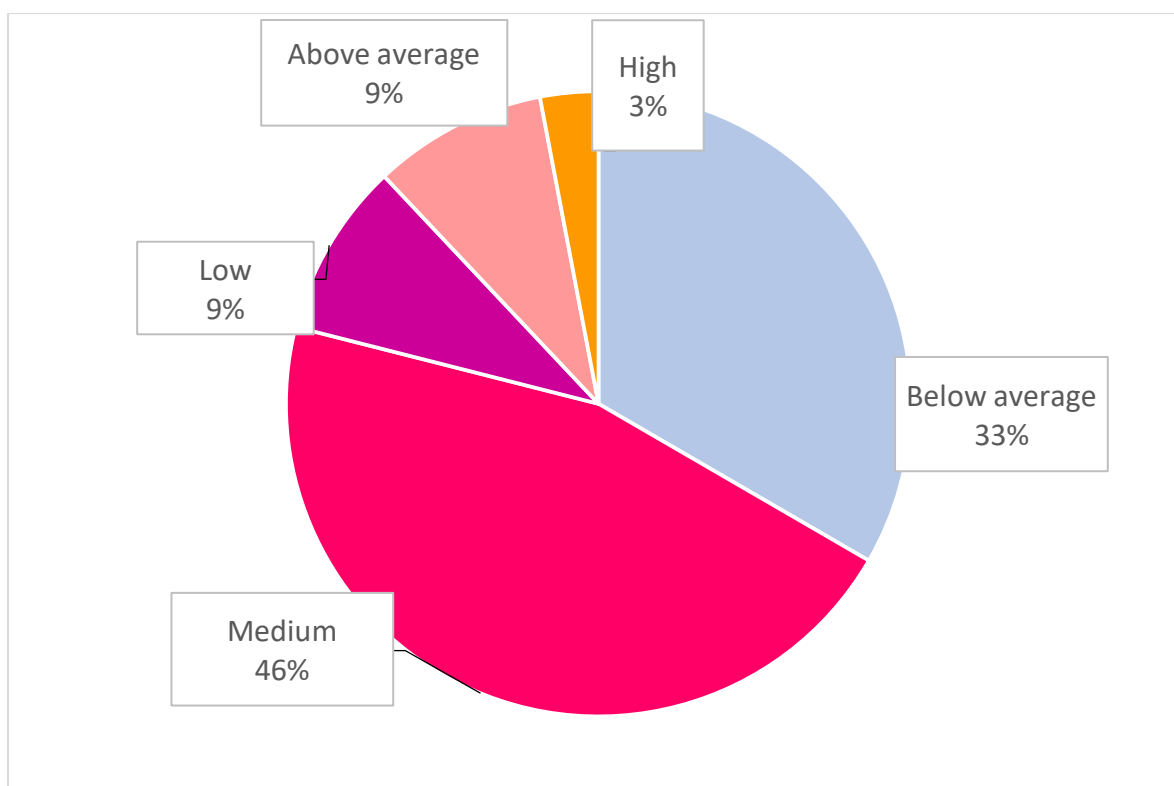


Figure 1. The distribution of respondents ' answers using the Methods of diagnostics of the Schubert's degree of risk preparedness

At the first stage of the processing the decision was made to use the data from five of mentioned (same type) questions, referred to respondents' percept of the direction and frequency of

use of digital technologies («*User's Scale*» method). Obtained results of enquiry are given on figures 2-6.

We see that the most spread of values is obtained at responses to the question about purchases of goods and services in the Internet (see fig. 2).

Answers to other questions are rather uniform: most part of respondents use different online bank services *once a week and more often* – 61% (see fig. 3); 79% (26 people) never use car sharing services (see fig. 4); 64% (21 people) once a month make online payments (payment of municipal services, taxes, penalties etc.) (see fig. 5); 76% (25 people) use social networks several times a day (see fig. 6).

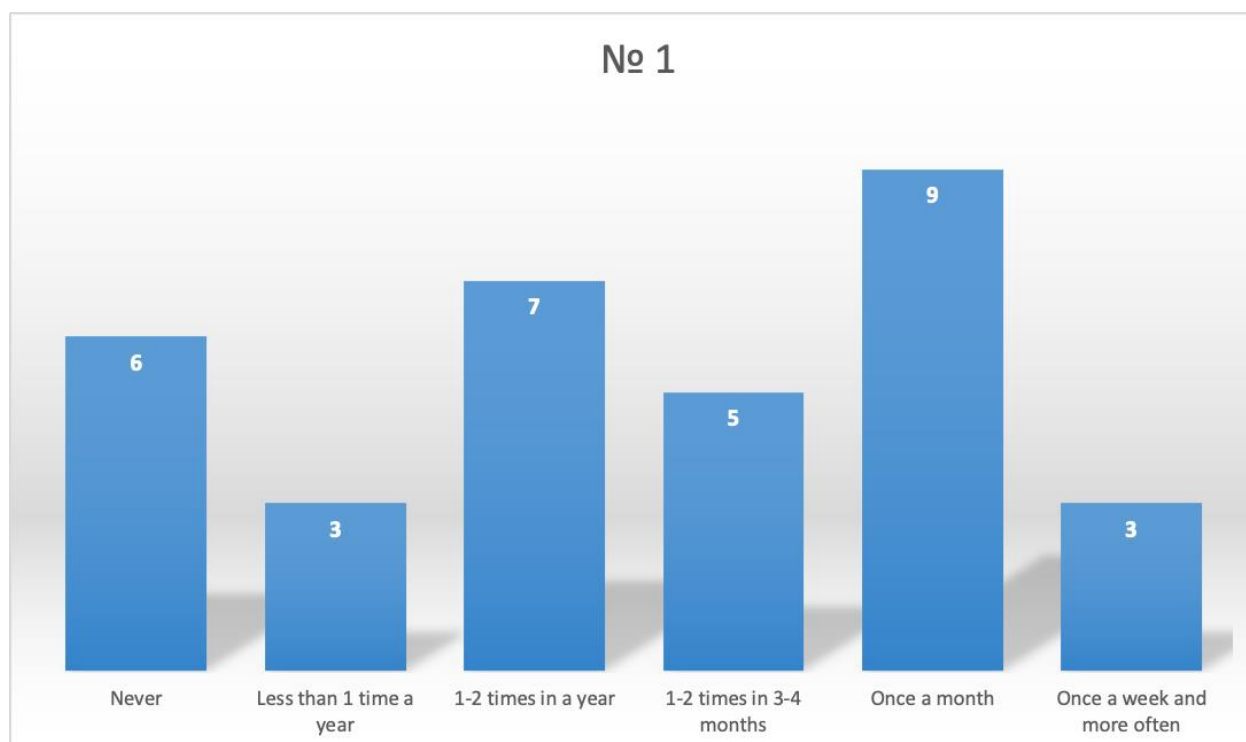


Figure 2. Distribution of answers to the question «I buy in the Internet (goods and services) ...»

19

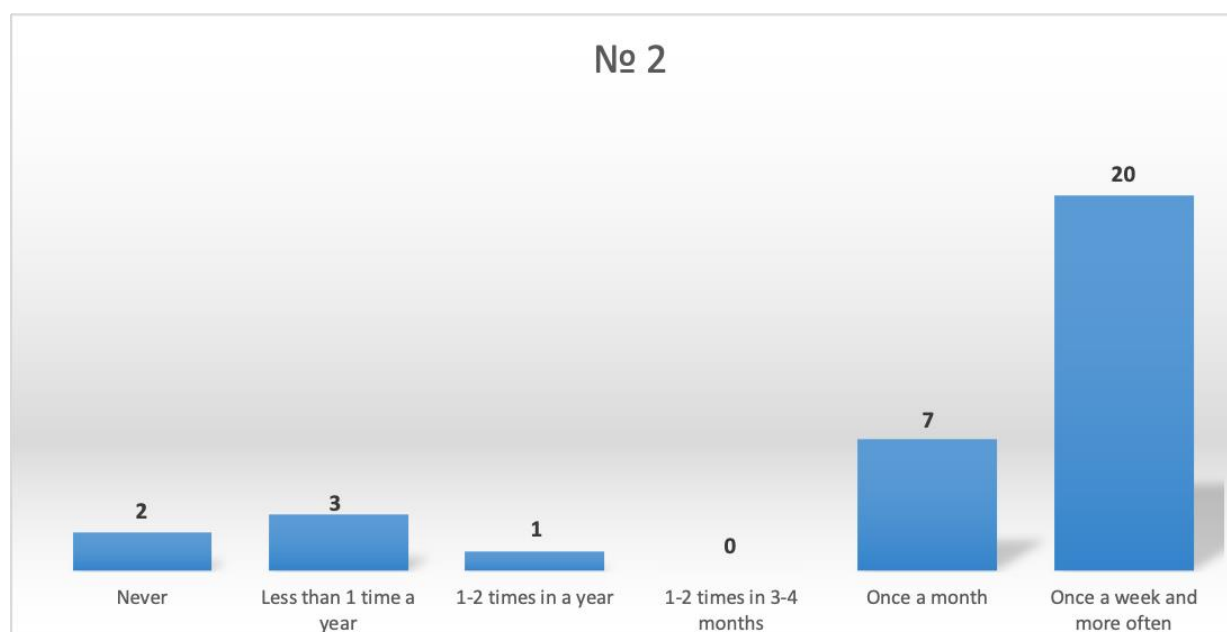


Figure 3. Distribution of answers to the question
«I use different online bank services...»

This uniformity of answers, for example, to the Question 2 «I use different online bank services ...», is more visualized on the next figure 7.

The distribution of answers № 6 «How do you usually act, if you are asked at the site to leave the personal information» is shown on the figure 8.

20

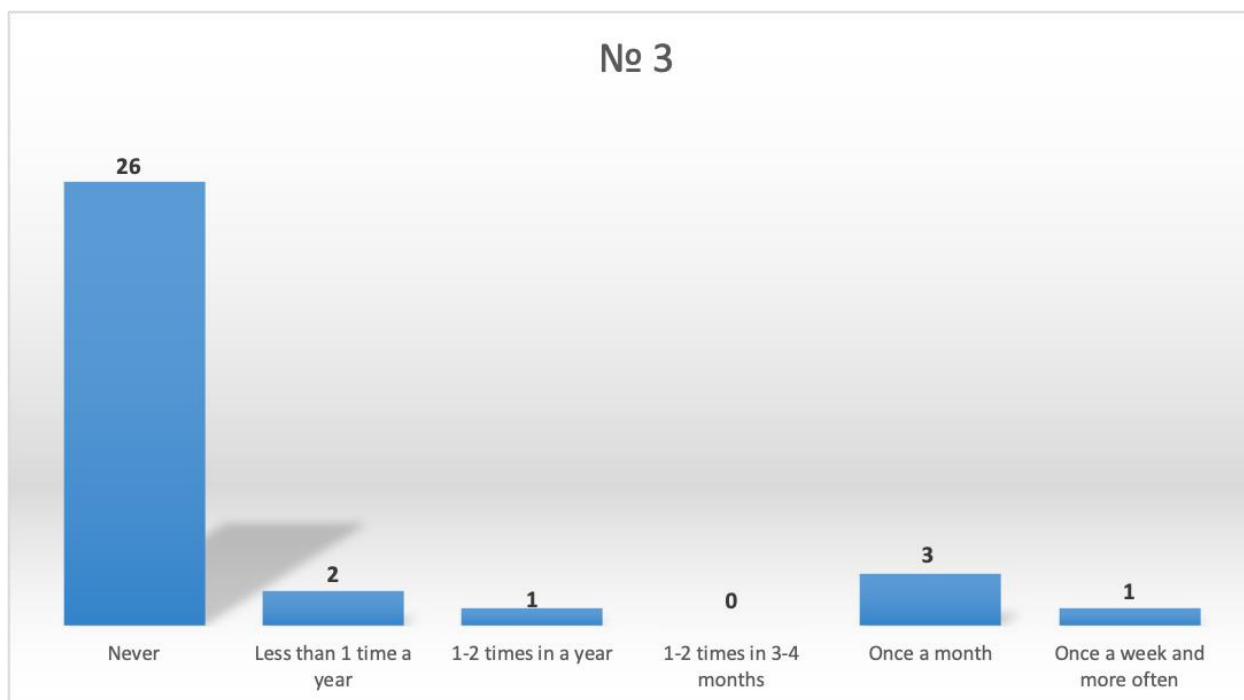


Figure 4. Distribution of answers to the question «I use car sharing services ...»

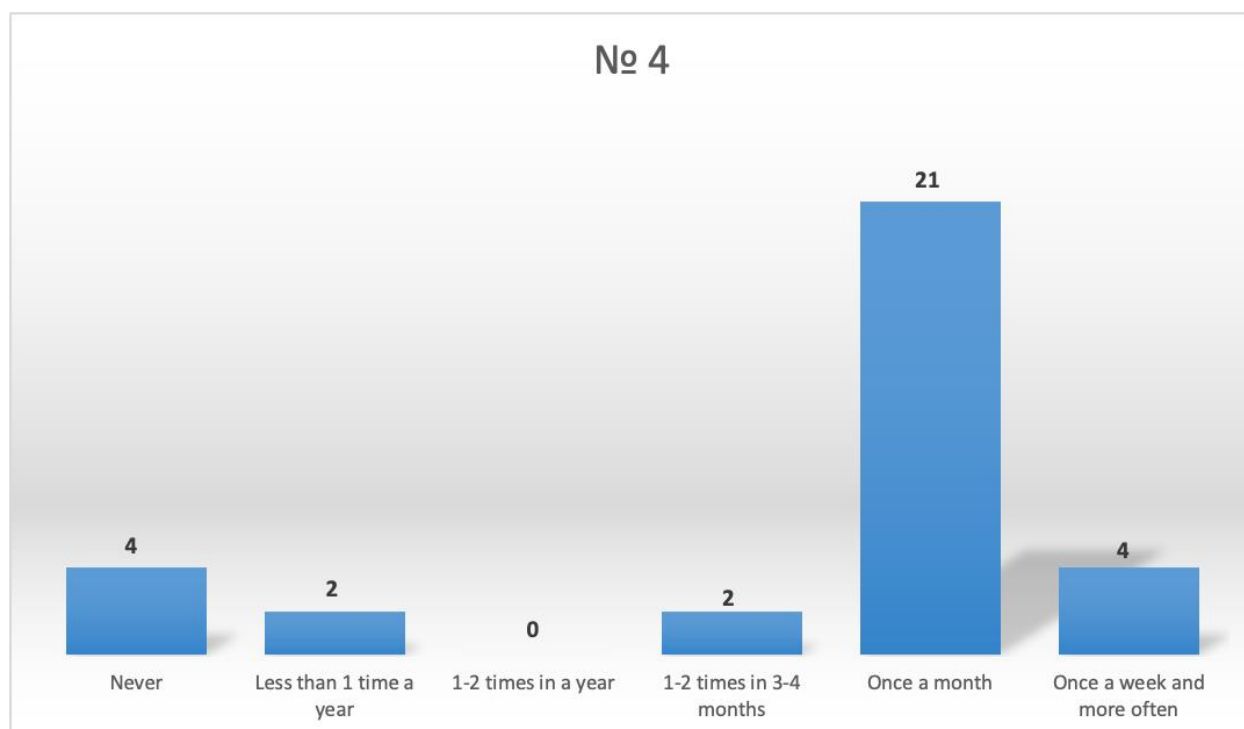


Figure 5. Distribution of answers to the question «I make payments (municipal services, taxes, penalties etc.) online...»

As we see, 63,6 % (21 people), while answering the question select the option «Leaving the site», 30,3 % (10 people) – «leave the minimal information».

The data obtained in conformity with *Methods of diagnostics of the level of readiness to Schubert's risk* has been compared with the data of the «User Scale».

The interrelation of the level of readiness for risk and of the frequency and direction of use of technologies and of products of digital economics by respondents.

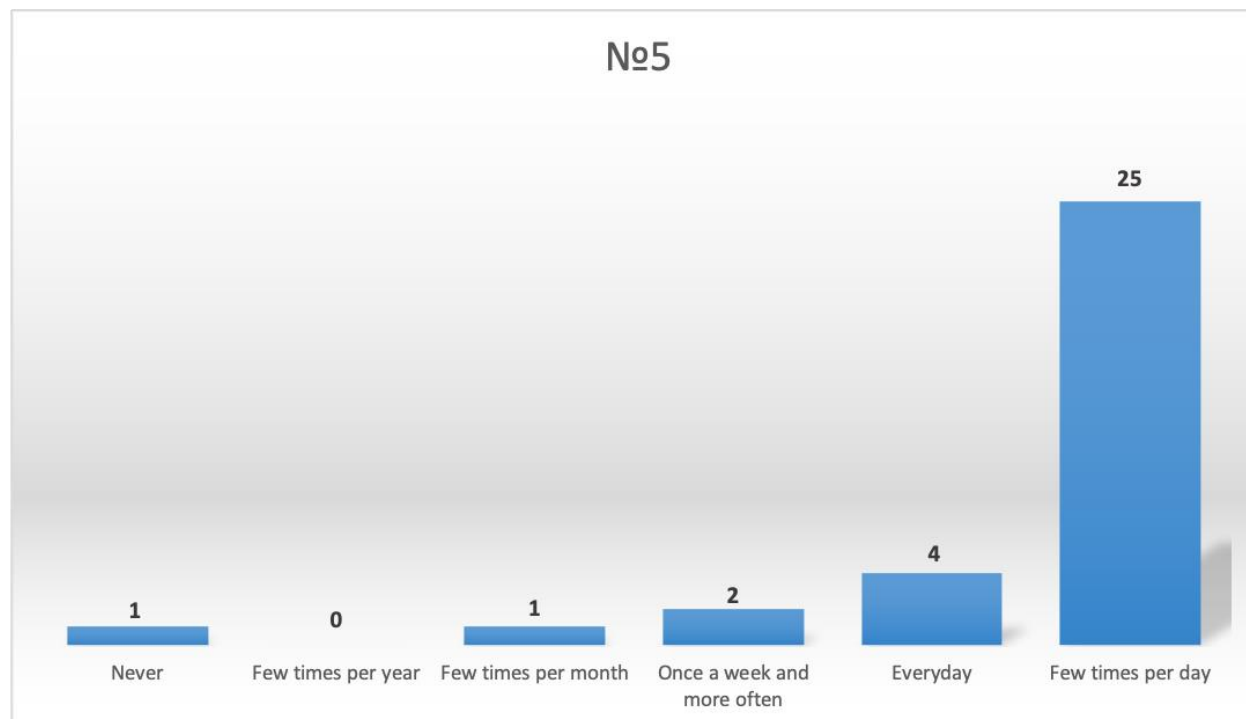


Figure 6. Distribution of answers to the question «I am using networks ...»

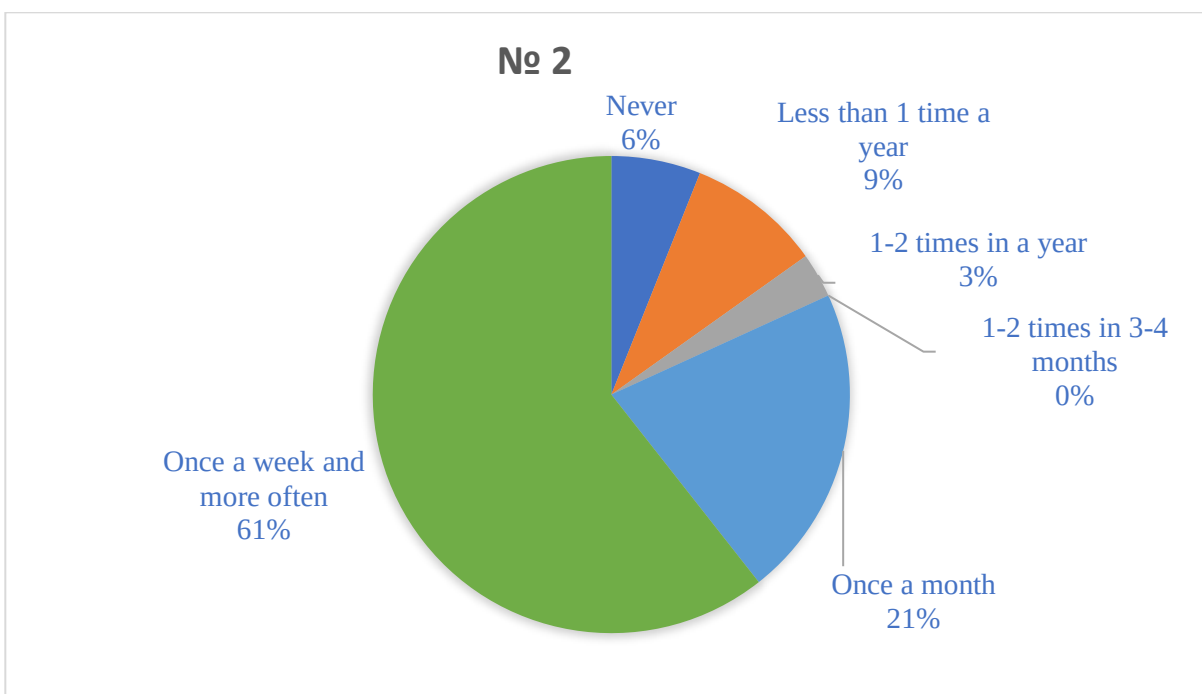


Figure 7. Distribution of answers Question: "I use different online banking services ...».

For the verification was obtained the criteria for two unrelated samples – Mann-Whitney test.

Calculations with the Mann-Whitney test – respondents with low indices of the level of readiness to risk and respondents with high indices of the level of readiness to risk – did not show considerable differences in answers to the question about the frequency of use of digital technologies. For all questions, referred to the frequency of use of digital technologies, the asymptotic value proved to be more than 0,05 (see table 1). That means that there are no significant differences between groups. Opinion: the level of readiness to the risk in the whole this sample is not referred to the frequency of use of digital technologies.

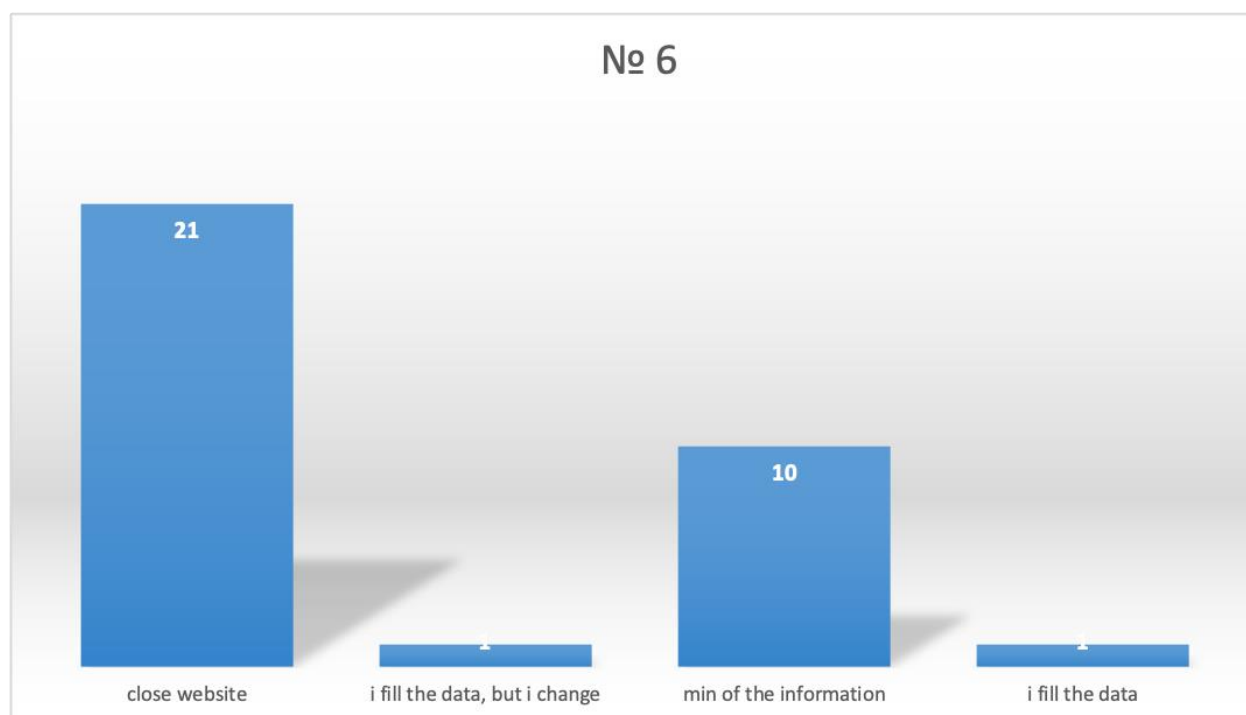


Figure 8. Distribution of answers to question No 6 «What do you usually do if you are asked to fill personal information about yourself on the website»

Table 1

Statistic criteria (Mann-Whitney) for the whole sample according to the method of diagnostics of the level of readiness for risk

Criteria	Asymptotic value (bilateral)
Frequency of use of digital technologies	0, 177

In the table 2 are given Cronbachs alpha values for four questions from the questionnaire (for the frequency of use of digital technologies). The Cronbachs alpha value was 0,552 ($0,552 < 0,7$), what means, that the scale is unreliable. Consequently, we check the interrelation between the frequency of use of a certain digital technology and the level of readiness for risk for each question separately.

Table 2

Reliability statistics (Questions about the frequency of use of digital technologies according to methods of diagnostics of the level of readiness for risk

	Cronbachs alpha	N
Questions for the frequency of use of digital technologies	0,552	4

For the question «I make online payments» the asymptotic value was found to be more than 0,05 (see table 3). That means that there are no significant differences between groups. Opinion: the

24

level of readiness to the risk in the sample is not referred to the frequency of use of this technology. The asymptotic value was found to be more than 0,05 (see table 3). That means that there are no significant differences between groups. Opinion: the level of the readiness for the risk in the sample is not referred to the frequency of use of such technology.

Table 3

Statistic criteria (Mann-Whitney) for the whole sample according to the method of diagnostics of the level of readiness for risk
«I make online payments»

Criteria	Asymptotic value (bilateral)
Frequency of use of digital technologies	0, 069

The asymptotic value was found to be more than 0,05 (see table 4). That means that there are no significant differences between groups. Opinion: the level of readiness to the risk in the sample is not referred to the frequency of use of this technology.

Table 4

Statistic criteria (Mann-Whitney) for the whole sample according to the method of diagnostics of the level of readiness for risk for the question
«I buy goods in the Internet»

Criteria	Asymptotic value (bilateral)
Frequency of use of digital technologies	0, 663

The asymptotic value was found to be more the 0,05 (see table 5). That means that there are no significant differences between groups. Opinion: the level of readiness to the risk in the sample is not referred to the frequency of use of this technology.

Table 5

Statistic criteria (Mann-Whitney) for the whole sample according to the method of diagnostics of the level of readiness for risk для вопроса
«I use car sharing technologies»

Criteria	Asymptotic value (bilateral)
Frequency of use of digital technologies	0, 326

For the question «I use different online bank services» The asymptotic value was found to be more the 0,05 (see table 6). That means that there are no significant differences between groups. Opinion: the level of readiness to the risk in the sample is not referred to the frequency of use of this technology.

Table 6

Statistic criteria (Mann-Whitney) for the whole sample according to the method of diagnostics of the level of readiness for risk для вопроса «I use different online bank services»

Criteria	Asymptotic value (bilateral)
Frequency of use of digital technologies	0, 778

So, the initial assumption as to the connection between the level of the readiness of respondents for risk and their percepts of the intensiveness of the use of digital technologies in their life has not been confirmed.

There are reasons to assume, that such data has been received in connection with a certain composition of the sample (the most part of respondents is not prone to risk). In following studies it is necessary to increase the number of respondents and to equate the proportion between different groups.

The obtained data can also witness, that the level of the readiness to risk in situations of the physical danger and of the percept of our respondents of the frequency and the direction of use of digital technologies have got different psychological determination. It is also possible, that digital technologies, offered in the “User’s Scale” method, digital technologies have already entered the daily life and so are not referred in our respondents’ percepts with such notion as risk. Probably, at next stages of study the «Scale..» should also include other technologies, which still did not become common, are referred to the risk concept and, according to the data of other studies, can cause the sense of danger and fear, as, for example, gene engineering technologies, invasive technologies and technologies, when your life depends on the artificial intellect: implanted health sensors, electronic microchips and mechanical devices, enlarging mental and physical abilities etc.; genetically modified foodstuffs with improved qualities.

Conclusion

Results, obtained in the course of studies, allowed to formulate following opinions.

1. The selection of sample represented *employees of a single organization*, i.e. people, everyday meeting and working together, engaged in certain relationship and common activities. That allowed to determine more clearly the structure of social percepts, to reveal its *core*, consolidating *components*, which were just related with the group unity.

2. For empiric studies were taken individual & psychological characteristics, which have not been considered earlier in relation with social percepts: proneness to risk; level of the subjective control (externality/internality); rigidity, level of total confidence/non-confidence of a personality towards him/herself/world/people.

3. Selection of trends of digital technologies for the revealing of social percepts has been stipulated by its intensive development among Russian users. So, the development of e-commerce,

namely, e-shopping, opens unconditional terms of the purchase of goods and at the present time its scales already supersedes purchases in ordinary shops.

4. The comparison of data, obtained with *Methods of diagnostics of the level of readiness to Schubert's risk* and «User's Scale» did not confirm the initial hypothesis of the relation between the level of the respondents' readiness to risk and their perception of the intensiveness of use of digital technologies in their life. There are reasons to assume, that such data has been obtained due to the certain composition of the sample (most respondents are not prone to risk). Maybe, obtained results (coordination of individual characteristics, impossibility to the researcher to assign groups of respondents with high and low values, for example, as to the proneness to risk) can be partially explained by the identity of performed activities, as well as by the conformity of management's demands at the selection of the personnel.

5. The obtained data can also witness, that the level of the readiness for risk in situations of the physical danger, as well as social percepts of our respondents about the frequency and direction of use of digital technologies have got different psychological determination. It is also possible, that digital technologies, offered in the «User's Scale» method, have already entered the daily life and, in this juncture, are not referred to the risk notion in our respondents' percepts.

Acknowledgments.

The work has been performed with the financial support of the Russian Foundation of Fundamental Studies, project № 18-013-00669a «Studies of Psychological Mechanisms of Formation of Social Percepts and Confidence of Users towards Digital Economics' Products».

References

1. Nestik T, 2018. Social & Psychological Predictors of a Personality Attitude towards New Technologies. Informational Society: Education, Science, Culture and Technologies of the Future. Ed. 2. P. 309-319.
2. Venkatesh V, Thong J, Xu X, 2012. Consumer acceptance and use of information technology: extending the unified theory of acceptance and use of technology. MIS Quarterly. V. 36. No 1. P. 157-178.
3. Donat E, Brandtweiner R, Kerschbaum J, 2009. Attitudes and the Digital Divide: Attitude Measurement as Instrument to Predict Internet Usage. Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline. V. 12. P. 38-56.
4. Vishwanath A, 2014. The psychology of the diffusion and acceptance of technology. The Handbook of Psychology of Communication Technology. Ed. S.S. Sundar. Malden, MA: WileyBlackwell. P. 314-331.
5. Sinkovics R, Stottingen B, Schlegelmilch B, Ram S, 2002. Reluctance to Use Technology-Related Products: Development of a Technophobia Scale. Thunderbird International Business Review. V. 44. No 4. P. 477-494.

6. Cox D, Evans G, 2008. Construction and validation of a psychometric scale to measure consumer's fears on novel food technologies: the food technology neophobia scale. Food quality and preference. V. 19. P. 704-710.
7. Chiang I.-P, Su Y.-H, 2012. Measuring and Analyzing the Causes of Problematic Internet Use. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking. No 15(11). P. 591-596.
8. Encyclopedia of Psychodiagnostics. Psychodiagnostics of Adults, 2009. Bahrah-M Publishing House. Samara, Russia. 704 p.
9. Nestik T, Zhouravlev A, 2018. Social & Psychological Determination of the Readiness of a Personality for the Use of New Technologies. Psychological Magazine. Vol. 39. No 5. P.5-14.
10. Patosha O, 2018. Peculiarities of Purchases in the Internet. Internauka. No 46 (80). Part 2. P. 14-15.

Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования)

УДК 37

Комиссарова М.Н. Факторы привлекательности образовательной среды: PR аспект

Factors of the educational environment attractiveness: PR aspect

Комиссарова Майя Николаевна,

канд. пед. наук, член РАСО

ГБПОУ «Магнитогорский

педагогический колледж»

Komissarova Maya

Candidate of pedagogical science,

Member of Russian Association for public Relations,

Magnitogorsk Pedagogical College

Аннотация. В статье рассматривается понятие «образовательная среда» не столько с точки зрения создания педагогических условий, сколько с точки её привлекательности для ключевых групп общественности профессиональных учебных заведений. Выявляются имиджеобразующие факторы, каналы взаимодействия и распространения информации, репутационные ресурсы образовательной организации. Представлены паспорт и программа по развитию имиджа, репутации и продвижению ГБПОУ СПО «Магнитогорский педагогический колледж».

Ключевые слова: образовательная среда, факторы привлекательности, имиджеобразующие факторы, целевые группы общественности, PR, репутационные ресурсы, рекламно-информационные каналы, предметно-пространственная среда, специальные мероприятия.

Abstract. The article is devoted to the educational environment concept that is considered not from the point of view of creating pedagogical conditions, but from the point of its attractiveness for the key public groups of professional educational institutions. Image-forming factors, channels of interaction and dissemination of information, reputation resources of an educational organization are revealed in the article. The author represents a passport and a program for the development of image, reputation and promotion of GBPOU SPO Magnitogorsk Pedagogical College.

Keywords: educational environment, attractiveness factors, image-forming factors, target groups of the public, PR, reputation resources, advertising and information channels, subject-spatial environment, special events.

Рецензент: Молчанова Елена Владимировна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке (Краснодарский край)

Образовательная среда каждой организации является уникальной, поэтому невозможно определить заранее заданных сочетаний показателей, которые бы определили эффективность её деятельности. В то же время, именно компоненты структуры образовательной среды выступают и являются:

- отражением происходящих процессов в обществе;
- основой предварительной оценки её эффективности.

Образовательная среда организации, как подсистема социокультурной среды – это совокупность исторически сложившихся факторов, обстоятельств, ситуаций, то есть целостность специально организованных педагогических условий развития личности [4].

Учёный Г.Ю. Беляев выявляет следующие сущностные характеристики образовательной среды, к которым относятся [1]:

- исключительная пластичность (выявлено: Л.С. Выготский, 1926);
- общность (В.В. Рубцов, 1996);
- со-бытийность (В.И. Слободчиков, 1995);
- конфигуративность (В.И. Слободчиков, 1997);
- культуросообразность (Н.Б. Крылова, 1995);
- векторность (С.Ф. Сергеев, 1995, В.А. Ясвин, 1997);
- сферность (Л.М. Перминова, 1995, В.Е. Радионова, 1996, Л.Л. Редько, 1996, Л.Л. Портянская, 1997, Е.А. Песковский, 1997, В.Н. Просвикин, 1998, Г.Ю. Беляев, 2000);
- системно-ожидаящий характер (В.И. Слободчиков, 1997, 2000);
- системность (В.А. Ясвин, 1997);
- тип социально-педагогической практики (В.П. Лебедева, В.И. Панов, В.А. Орлов, 1997);
- производное средообразующих действий, средство воспитания при надлежащих значениях ее ниш (Ю.С. Мануйлов, 2001);
- среда развития (обретение) индивидуальности (В.И. Панов, 2003).

Министерство просвещения РФ предлагает использовать три группы факторов в оценке деятельности образовательной среды учебных учреждений:

- открытость и доступность информации (наличие сайтов и актуальность представленной информации);
- показатели оценки качества образовательных услуг потребителями;
- показатели соответствия предоставляемых образовательных услуг потребностям получателей (компетентность работников организации).

Следует отметить, что проектирование образовательной среды, является схемой последовательных ответов на вопросы:

- где обучать? – место образовательного учреждения в контексте страны;
- кого обучать? – индивидуально-типологические (психологические) особенности студентов;
- зачем обучать? – стратегия и тактика учебно-воспитательного процесса и образовательной среды;
- чему обучать? – содержание образования;
- как обучать? – специфика технологии и методов обучения;
- кому обучать? – профессионально-личностные требования к педагогам [5].

Краткое рассмотрение теоретических исследований по вопросу образовательной среды (ОС) и ее проектирования, позволяет сделать вывод о необходимости учета следующих факторов:

- планирование и проектирование, направленное на развивающий эффект ОС;
- построение модели ОС, основанное на осознваемости процессов происходящих в социуме;
- использование возможностей среды и социального потенциала;
- мобильная корректировка ОС и самоактуализация факторов.

В условиях открытости информационного пространства всё большее значение приобретает доступность взаимодействия организации со всеми ключевыми участниками образовательной среды. Взаимодействие или выстраивание связей с целевыми группами общественности позволяет организации со-настраиваться с социумом и его требованиями со стороны: учредителей и органов власти, абитуриентов и студентов (обучающихся), родителей и органов управления, профессиональных сообществ и работодателей. На рисунке 1 представлены целевые группы общественности образовательной организации и её категории.

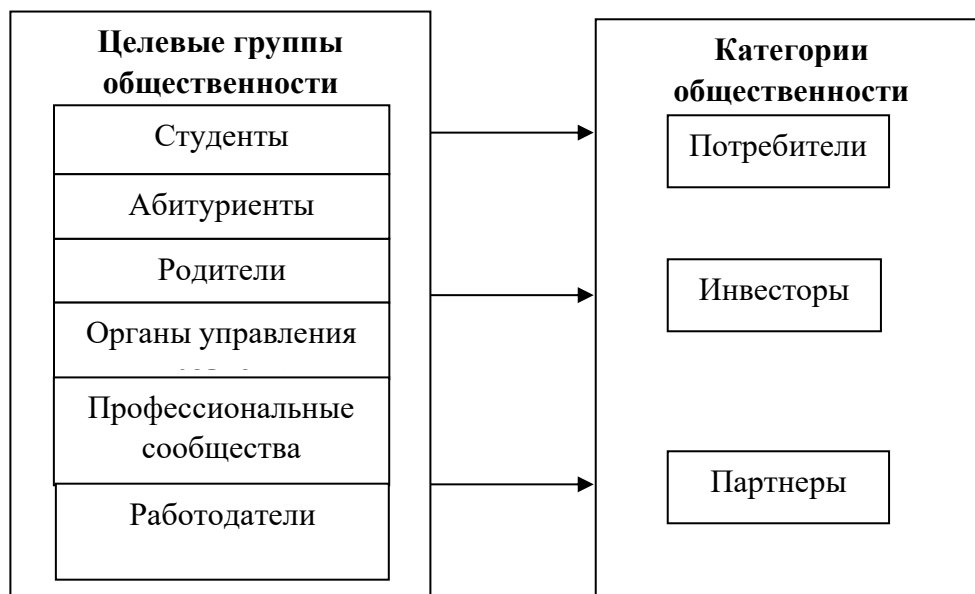


Рисунок 1. Целевые группы и категории общественности образовательной организации

Создавая образовательную среду и реализуя свою деятельность, образовательной организации целесообразно направлять информацию о предпринимаемых усилиях во внешнюю среду таргетированно, взаимодействуя с целевыми группами общественности и основываясь на ценностях наиболее значимых для каждой из них.

Позиционирование результативности, в зависимости от группы общественности, подразумевает также:

- 1) выбор определённых каналов коммуникации;
- 2) формы взаимодействия с целевыми группами общественности.

В таблице 1 представлены имиджеобразующие факторы, которые основываются на ценностях целевых групп общественности по отношению к образовательной организации, а также соотносятся с формами и каналами взаимодействия с общественностью с учетом:

- точечного попадания информации к конечному получателю;
- специфики передаваемой информации.

Таблица 1

Таблица имиджеобразующих факторов

Наименование группы	Имиджеобразующие факторы целевых групп общественности по отношению к образовательной организации	Каналы коммуникации
Студенты	– качество и востребованность получаемого образования; – доступность форматов получения образования; – мнение и отзывы экспертов, работодателей, студентов; – преимущества обучения в данном образовательном учреждении (на данном факультете, по данной специальности); – дополнительные возможности: второй диплом, трудоустройство и др.	– размещение на сайте образовательной структуры, в существующих и вновь созданных тематических группах социальных сетей информации, высказываний, отзывов о качестве и востребованности получаемого образования; – создание форума для обсуждения волнующих вопросов; – разработка интерактивных каталогов о преимуществах обучения в данном учебном учреждении, на данном факультете, по данной специальности
Научные и профессиональные сообщества	– налаженность взаимодействия с представителями профессионального и научного сообщества для обсуждения и решения актуальных вопросов; – возможность для внедрения и апробации научных и экспериментальных исследований; – функционирование специально созданных студенческих научно исследовательских рабочих групп.	– проведение веб-конференций на актуальные темы с приглашением авторитетных представителей профессионального и научного сообщества; – создание электронной интерактивной базы данных, доступной через сеть, с научными разработками, статьями и высказываниями преподавателей; – разработка и функционирование ЖЖ образовательной структуры.
Партнёры	– налаженность взаимодействия с партнёрами, в том числе социальными, к которым могут относиться другие	– разработка, запуск и развитие деятельности

32

Наименование группы	Имиджеобразующие факторы целевых групп общественности по отношению к образовательной организации	Каналы коммуникации
	образовательные организации, базы практик, спонсоры, СМИ и др.; – высокая репутация, взаимовыгодность сотрудничества, продуктивность взаимодействия.	профессионального Интернет-сообщества; – регулярное обсуждение вопросов, связанных с существующими проблемами профессиональной среды на форуме, странице Интернет-сообщества, в группе социальной сети и др.;
Работодатели	– качество подготовки студентов; – мотивация студентов к трудоустройству и работе по специальности; – возможность целевой подготовки кадров, а также повышения квалификации.	– электронная рассылка текстовых, аудио и аудиовизуальных пресс-релизов о реализации проектов направленных на взаимодействие и сотрудничество; – открытые онлайн защиты курсовых и дипломных проектов с участием работодателей; – обеспечение онлайн-доступа к оффлайновой информации: студенческим разработкам.

Факторы оценки привлекательности образовательной среды организации с точки зрения PR обеспечиваются:

- актуальностью для определённой группы;
- набором инструментов взаимодействия;
- каналами взаимодействия;
- частотой обновления информации;
- спектром официальных каналов взаимодействия;
- стилем подачи информации;
- наличием действующей обратной связи;
- социальной активностью во взаимодействии с реальными сегментами профессиональных сообществ.

В качестве примера создания привлекательности образовательной среды организации представлен «Паспорт программы по развитию имиджа, репутации и продвижению ГБПОУ СПО «Магнитогорский педагогический колледж» (табл. 2).

Таблица 2

«Паспорт программы по развитию имиджа, репутации и продвижению ГБПОУ СПО
«Магнитогорский педагогический колледж»

1. Наименование Программы	Программа по развитию имиджа, репутации и продвижению ГБПОУ СПО «Магнитогорский педагогический колледж» на период 2019-2020 г.г.
2. Обоснование для принятия решения о разработке программы	2.1. План образовательной деятельности ГБПОУ «МПК». 2.2 Необходимость изменения ситуации в образовательной среде в связи: - с реализацией программы «Развития образования» 2018- -2025 г.г; - реализацией компетентностного подхода в обучении; - принятием интегрированного закона «Об образовании в Российской Федерации» - внедрением в образовательный процесс стандартов чемпионата «World Skills»; - изменением условий на рынке образовательных услуг г. Магнитогорска
3. Цели и задачи программы	Содействие развитию имиджа, репутации, корпоративной культуры, налаживание взаимоотношений с контрагентами (гудвилл) колледжа и его продвижению для: 1) повышения доступности качественного образования; 2) привлечения абитуриентов; 3) установления и поддержания деловых контактов с социальными партнёрами, органами государственной и муниципальной власти.
4. Целевые группы общественности	Обучающиеся и их родители, абитуриенты, образовательные учреждения, учреждения дополнительного образования, организации и фирмы города, социальные партнеры, работодатели, педагогический коллектив колледжа, Министерство образования Челябинской области и администрация г. Магнитогорска
5. Этапы реализации программы	2019 – 2021 г.г.
6. Инструментарий программы	1. Информационные справочники, СМИ (пресса и ТВ), корпоративная газета «Мой колледж», сайт МПК (новостная лента, спец. вкладки), Интернет-реклама (поисковая, контекстная), канал ютуб (видео-блог), таргетированная реклама в соц. сетях, мультимедийный внутреколледжный экран, наружная реклама (баннеры, билборды, экраны), полиграфическая и сувенирная продукция, пресс-тур, «радио-точка». 2. Дизайн интерьера (стенды, мотивационные плакаты, фотовыставки), дизайн экстерьера.
7. Объемы финансирования	Общий объем финансирования составит от 300 тыс. рублей
8. Источники финансирования	9.1 Источники бюджета
	9.2 Внебюджетные источники
	9.3 Спонсорские взносы
9. Предварительная оценка ожидаемой эффективности Программы	увеличение количества абитуриентов по заочной форме обучения на 20%, привлечение работодателей к социальному партнёрству на 50%, повышение привлекательности колледжа среди целевых групп общественности г. Магнитогорска

34

	45% выпускников колледжа, трудоустроившихся в течение первого года по полученной специальности или профессии или поступившие в высшие учебные заведения на 50%.
	30% дисциплин с использованием методов дистанционного обучения
	80% дисциплин с использованием ИКТ и электронных образовательных ресурсов нового поколения.
	Внедрение ФГОС СПО нового поколения по всем специальностям
	100% внедрения процедур независимой оценки деятельности колледжа.
	100% студентов МПК будут обучаться по программам, в реализации которых задействованы работодатели.
	35% преподавателей будут участвовать в работе сетевых сообществ специалистов сферы профессионального образования.
	50% выпускников имеют повышенные разряды по рабочим профессиям.

Таблица 3

Репутационные ресурсы ГБПОУ «Магнитогорского педагогического колледжа»

№	Репутационные ресурсы	Средства преобразования
1	Образовательные ресурсы	Новые образовательные технологии (включая демонстрационный экзамен)
2	Социальные инициативы	Социально-гуманитарные проекты и мероприятия
3	Инновационные ресурсы	Новые подходы к адаптации в социуме, взаимодействие с партнёрами и инвесторами (см социальных партнёров)
4	Имиджевые ресурсы	Фирменный стиль, корпоративная культура
5	Информационные ресурсы	Публикации и репортажи в СМИ, прозрачность информации
6	Человеческие и профессиональные ресурсы	Имидж, репутация руководства, коммуникационные проекты

Таблица 4

Программа по развитию имиджа, репутации и продвижению ГБПОУ СПО «Магнитогорский педагогический колледж»

Блоки программы и их характеристика	Целевые группы общественности
1. БЛОК «Рекламно-информационный»	
<u>Пресса:</u> Газета «Магнитогорский рабочий» Газета «Комсомольская правда» Журнал «Планета образования», «Выбирай» *(интервью) Информационно-справочные издания «Справочник образования», «Куда пойти учиться»	обучающиеся их родители, абитуриенты, соц.партнеры, работодатели, преподаватели МПК
<u>ТВ:</u> Пресс-тур (ТВ ИН, ТНТ, ТЕРА-С)	
<u>Интернет:</u> Поисковая реклама (с использованием анимационного баннера) Таргетированная реклама в соц. сетях Контекстная реклама	
<u>Наружная реклама:</u> Билборд	

35

Блоки программы и их характеристика	Целевые группы общественности
Светодиодные экран города	
<u>Полиграфическая и сувенирная продукция:</u> Календари Блокноты Ручки Буклеты Папки Пакеты Значки Беджи	
<u>Сайт:</u> - новостная лента; - во вкладках «студенту», «абитуриенту» рубрики – непрерывное образование (вебинары, видео-тренинги, новости доп. образования, вузов, вакансии); - презентация/фильм/ролик о специальностях колледжа, бренд-бук	
<u>Интернет:</u> Поисковая реклама (с использованием анимационного баннера) Таргетированная реклама в соц. сетях Контекстная реклама	
<u>Радио-точка</u>	родители, абитуриенты, обучающиеся МПК
Газета «Мой колледж»: ежемесячно, тираж 400 экз., места распространения Электронный вариант газеты на сайте	
2.БЛОК «Предметно-пространственная среда»	
Входная группа	студенты/обучающиеся, родители, социальные партнёры, работодатели, абитуриенты преподаватели, и сотрудники
Стенды	
Плакаты (в т.ч. мотивационные)	
Фото-выставка	
Мультимедийный экран	
Территория	
Дресс-код	
Зонирование пространства столовой	
3 БЛОК «PR и специальные мероприятия»	
Преподавательский Час «Открытие»	студенты/обучающиеся, родители, социальные партнёры, работодатели, абитуриенты преподаватели и сотрудники
Агитбригада	
Плановые мероприятия	
День открытых дверей «Профессиональные пробы»	
Дни отделений	
Выставки, форумы	
4 БЛОК «Поддержание гудвилл колледжа»	
	Министерство образования Челябинской области, администрация г. Магнитогорска, социальные партнёры, работодатели

Библиографический список

1. Беляев, Г. Ю. Формирование термина образовательная среда в психолого-педагогической литературе конца XX – начала XXI века / Г. Ю. Беляев. [Электронный ресурс] / сайт «Центр теории воспитания». – Режим доступа: <http://dzd.rksmb.org/science/bel06.htm> (дата обращения 02.05.2016).]
2. Тарасов, С.В. Образовательная среда: понятие, структура, типология / С.В. Тарасов [Электронный ресурс] / сайт «КиберЛенинка» – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/obrazovatel'naya-sreda-ponyatie-struktura-tipologiya> (дата обращения 09. 02.2020).]
3. Комиссарова, М.Н. Интернет-PR в инвестиционной привлекательности образовательного учреждения // Современные проблемы науки и образования : материалы XLIX внутривуз. науч. конф. преподавателей МаГУ. – Магнитогорск : МаГУ, 2011. – 306 с.
4. Комиссарова , М.Н. Репутационные ресурсы как основа PR деятельности // Современные проблемы науки и образования : материалы L внутривуз. науч. конф. преподавателей МаГУ. – Магнитогорск : МаГУ, 2012. – 299 с.
5. Панов, В. И. Психодидактика образовательных систем: теория и практика / В. И. Панов. – СПб.: Питер, 2007. – 352 с.

УДК 37

Сиротина И.К., Рогалевич С.С., Касьяник В.В. К вопросу разработки дизайна гейм-персонажа дидактической игры

On the issue of designing a game character of a didactic game

Сиротина Ирина Казимировна,

кандидат педагогических наук, доцент;

Рогалевич Софья Сергеевна,

студент Белорусского государственного университета (г. Минск);

Касьяник Валерия Валерьевна,

студент Белорусского государственного университета (г. Минск)

Sirotna Irina Kazimirovna,

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor;

Rogalevich Sofya Sergeevna,

student of Belarusian State University (Minsk);

Kasyanik Valeria Valeryevna,

Student of Belarusian State University (Minsk)

Аннотация. В статье раскрыты основные требования, которые необходимо учитывать гейм-дизайнеру в процессе создания игрового персонажа, такие как: целевая аудитория; визуальная привлекательность и форма; цветовая гамма; детали и масштаб; технические ограничения. На примере разработки персонажей коллекции дидактических математических игр для детей дошкольного и младшего школьного возраста веб-сервиса QualiMe показана реализация этих требований.

Abstract. The article describes the basic requirements that must be taken into account by the game designer in the process of creating a game character, such as: target audience; visual appeal and form; color spectrum; details and scale; technical limitations. An example of the development of characters in the collection of didactic mathematical games for preschool and primary school children of the QualiMe web service shows the implementation of these requirements.

Ключевые слова: дидактическая игра, целевая аудитория, персонаж, гейм-дизайн, цветовая гамма.

Keywords: didactic game, target audience, character, game design, color scheme.

Рецензент: Молчанова Елена Владимировна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин филиала ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке (Краснодарский край)

Введение. Неотъемлемым элементом создания компьютерных и мобильных игр является разработка главного персонажа игры. Концепт-художники сталкиваются с различными трудностями в процессе разработки, так как персонаж – это лицо игры, а также “одежка”, от которой во многом зависит, будет ли пользователь дальше играть и советовать игру или беспощадно удалит ее со своего устройства. Поэтому при создании игр особое внимание всегда уделяется разработке ее дизайна. Остановимся на наиболее важных нюансах работы гейм-дизайнера.

Дизайн персонажа. Дизайн персонажа игры включает в себя два основных направления работы: описание персонажа и скетч (набросок) персонажа. *Описание персонажа* – это краткое разъяснение героя и первый шаг в его создании, главная цель которого – дать четкое представление о персонаже [1, с. 9]. При этом важно понимать, что это за персонаж, какие функции он выполняет в игре, какие характеристики он должен иметь и каким будет его поведение. *Скетч персонажа* – это детализированное изображение главного героя, полученное из описания. Скетч чаще всего сопровождает описание персонажа в гейм-дизайне [1, с. 10]. Скетчи используются также и в рекламе игры, что помогает правильному восприятию концепции игры и распространению ее среди целевой аудитории. Нарисовать персонаж – это лишь начало работы, но, чтобы достичь действительно значимого результата, требуется знание определенных тонкостей и важных правил. Количество времени и усилий, затраченных на дизайн персонажа, также зависят от значимости самого героя в игре.

Целевая аудитория. В начале работы над наброском персонажа необходимо провести анализ целевой аудитории, главными критериями оценки которой являются: возраст, пол, географическое положение. Внешность персонажа будет зависеть от того, рисуете вы для детей или для взрослых. Для детей обычно привлекательны яркие цвета и милые выражения лиц. Пол игрока также играет важную роль, так как необходимо найти то «золотое сечение» в дизайне, при котором игра будет интересна и женскому, и мужскому полу. Нельзя не отметить, что, разрабатывая игру для международной аудитории, чаще в качестве главного героя берется вымышленный персонаж или животное. И если дизайнер выбирает животное, то за основу нужно брать животных, распространенных на всех континентах.

Визуальная привлекательность и форма. Зачастую самые узнаваемые персонажи имеют простые формы и легко читаемый силуэт. Ориентируясь на детскую аудиторию, важно учитывать, что персонажи, состоящие из плавных и закругленных линий, вызывают симпатию и выглядят для них добрее. Рассматривая персонажей игр, например, тамагочи (Рисунок 1), можно заметить, что все они выглядят очень мило и доброжелательно, что помогает маленьким пользователям окунуться в радостную атмосферу игры и обучения [2].



Рисунок 1. Тамагочи

Цветовая гамма. Самой сложной частью создания персонажа является подбор правильных цветовых сочетаний, так как от этого зависит, каким будет персонаж: веселым или

грустным, добрым или злым, как будет отображен его характер, его реалистичность. Для выделения различных видов поверхностей (кожа, шерсть, перья) используются тона, с помощью которых можно подчеркнуть уникальность персонажа. Совокупность формы и цвета вместе дают усиленный эффект фокусировки внимания на персонаже или его деталях. С цветовой палитрой обычно определяются в конце работы над персонажем [3].

Детали и масштаб. В зависимости от размеров персонажа, изменяются размеры его деталей. Грубой ошибкой будет считаться неправильное соотношение размеров самого персонажа и его деталей (индивидуальных особенностей). Важно также учитывать, как и где будет расположен персонаж. Например, детализированный дизайн не имеет смысла, если в игре главный герой виден только издалека. Для того чтобы облегчить определение правильных пропорций гейм-персонажа, необходимо уже на этапе прорисовки набросать объекты, которые будут находиться в одной локации с ним. Это помогает определить, правильно ли были установлены размеры персонажа на начальном этапе разработки.

Технические ограничения. Не все, что придумывает концепт-художник, можно создать с помощью технических средств. Иногда художнику необходимо сдерживать свои креативно-творческие порывы, если он не хочет получить тысячу и одну правку или замену от технического арт-директора. Важно также принять к сведению, что чем реалистичнее проект, тем сложнее его реализация [4].

Коллекция игр QualiMe. Реализацию изложенных требований проиллюстрируем на примере разработки персонажей дидактических игр MiniQuali и QualiPet. Эти игры входят в коллекцию игр веб-ресурса QualiMe [5] и разрабатываются нами для обучения математике детей дошкольного и младшего школьного возраста. Главная задача дидактической игры – формирование системы знаний, умений и навыков в предметной области. Следовательно, такая игра имеет свою специфику и может явно проигрывать играм-развлечениям, играм-головоломкам, занимательным играм и др. Поэтому первостепенная задача разработчика – реализация комплекса мероприятий, направленных на возникновение игрового интереса в образовательной игре [6]. И это не только применение специальных методик обучения, но и разработка красочных персонажей, которые могут заинтересовать детей и увлечь их игрой.

Первая игра этой коллекции **MiniQuali** [7] ориентирована на первоклассников и дошкольников (Рисунок 2).

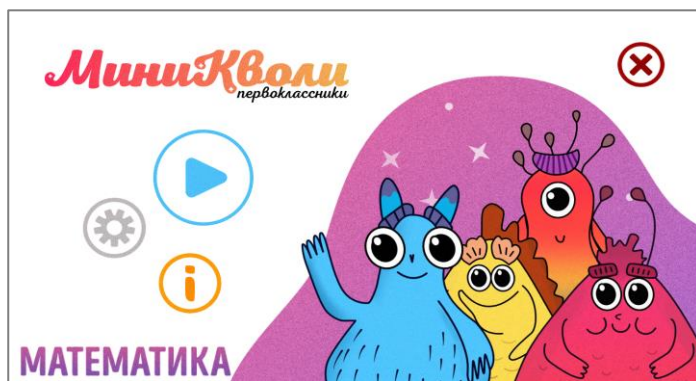


Рисунок 2. Главный экран игры MiniQuali

По сюжету игры обучение ребенка математике проходит на четырех Планетах Знаний (Рисунок 3), а персонажи игры Миникволи передают ребенку-игроку необходимые знания и при этом вовсе не ассоциируются со строгими учителями, а становятся его виртуальными друзьями и помощниками [8].



Рисунок 3. Планеты Знаний в игре MiniQuali

Выбор цветов персонажей Миникволей, и Планет, на которых они обитают, обусловлен тем, что игра MiniQuali является составной частью веб-ресурса QualiMe, который имеет свой логотип, а цвета логотипа: желтый, красный и синий (Рисунок 4).



Рисунок 4. Логотип QualiMe

Поскольку целевую аудиторию игры MiniQuali составляют дети 4 – 6 лет, то у персонажей Миникволей плавные и закругленные линии, насыщенные цвета, сознательно увеличенные глаза (прием преувеличения), не ярко выраженные конечности. Все это позволяет показать, что персонажи игры маленькие и милые и похожи на мягкие детские игрушки (Рисунок 5).

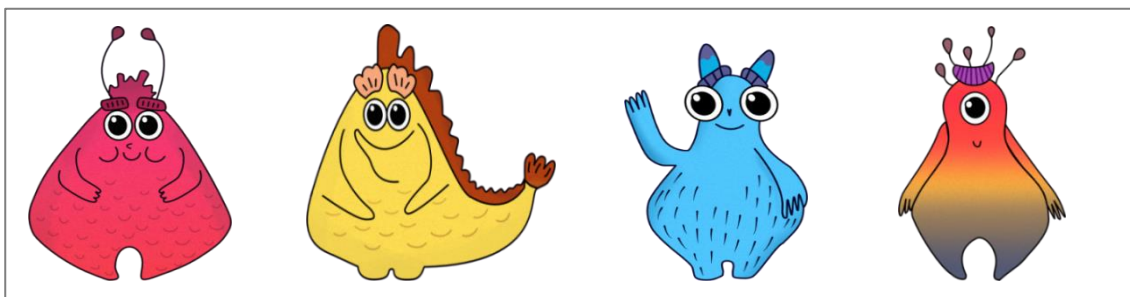


Рисунок 5. Миникволи-первоклассники

Дидактическая игра **QualiPet** является следующей в коллекции игр QualiMe и предназначена для учащихся вторых классов. Это версия игры тамагочи, которая призвана обогатить жанр новыми особенностями. Технически игра QualiPet будет реализована так, что в процессе обучения математике ребенок получает игровые монетки для приобретения еды, необходимой питомцу для жизни, одежды, мебели и других бытовых принадлежностей, для создания уюта в доме питомца [9]. Питомец QualiPet – главный персонаж игры. В этом необычном персонаже можно найти схожие черты с земными существами, но сочетание привычного и нереального подчеркивает его уникальность. Персонаж также не перенасыщен мелкими деталями и имеет четкие и закругленные линии, благодаря чему он не выглядит угрожающе или негативно настроенным (Рисунок 6).

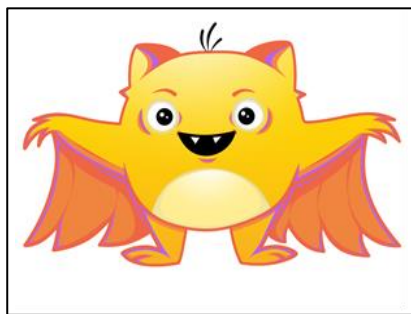


Рисунок 6. Персонаж QualiPet

Но в сравнении с Миникволями питомец QualiPet выглядит старше (ярко выраженные конечности, уменьшенные глаза), что, в свою очередь, показывает, что вместе с ростом игроков происходит и рост персонажей. Это добавляет интерактивности в процесс игры и обучения. При этом у нас не было необходимости углубляться в детальную прорисовку персонажа, так как герой будет находиться в игровой среде, где его размеры будут уменьшены (Рисунок 7).



Рисунок 7. Персонаж на локации

Что касается цветовой гаммы, то главным цветом питомца был выбран желтый. Ключевым фактором для принятия решения послужило психологическое влияние цвета на настроение и мыслительный процесс [10]. Принято считать, что желтый цвет ассоциируется с интеллектом и способен положительно влиять на познавательную деятельность (известно, что он улучшает память), помогает принимать решения, генерировать новые идеи. Второстепенными цветами были выбраны оранжевый и фиолетовый. Оранжевый цвет поднимает настроение и самооценку, что важно для хорошего усваивания информации во время игры. Он также символизирует движение, жизнерадостность. Фиолетовый цвет способствует вдохновению для дальнейшего решения поставленных для школьников задач. В комплексе все цвета позволяют создать сочную и яркую цветовую палитру, отлично дополняющую форму персонажа и стимулирующую умственную работу.

Выводы. Руководствуясь несложными правилами разработки персонажа игры, в частности, учитывая целевую аудиторию игры и среду обитания персонажа, а также его визуальную привлекательность и оригинальное цветовое решение, можно создать уникального питомца, который придется каждому ребенку по душе и будет способствовать возникновению у него игрового интереса, что в значительной мере ускорит и облегчит процесс обучения в игре.

Библиографический список

1. Game Design for Teens / L. Pardew [и др.]. – Boston: Thomson Course Technology, 2004. – 320 с.
 2. 10 принципов создания крутого персонажа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://artlab.club/diary/character_design/ (дата обращения: 09.12.2019).
 3. Дизайн игрового персонажа: основы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://design.sredaobuchenia.ru/gamecharacterdesign/> (дата обращения: 11.12.2019).
 4. Brathwaite B. Challenges for Game Designers / B. Brathwaite, I. Schreiber. – Boston: Course Technology, 2009. – 347 с.
 5. Официальный ресурс проекта QualiMe. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://quali.me>.
 6. Сиротина И. К., Павлють О. А. Гончарик Ю. В. Дидактическая мобильная игра MiniQuali: от контента к маркетингу // Актуальные проблемы гуманитарного образования : материалы IV Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 19–20 окт. 2017 г. / редкол. О. А. Воробьева (отв. ред.) [и др.]. – Минск : Изд. центр БГУ, 2017. – С. 52 – 59.
 7. Официальный ресурс Games проекта QualiMe. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://games.quali.me>.
 8. Сиротина И. К. Образовательная математическая игра MiniQuali: дидактический аспект // Фізико-математична освіта. – 2018. Випуск 1(15). – С. 294 – 297.
 9. Петрусенко А. Н., Ваниславчик М. Ю. Анализ игр жанра "тамагочи" // Студенческий: электрон. научн. журн. – 2019. № 40(84).
 10. Резько И. В. Палитры цветов для дизайн-проектов / И.В. Резько. – Минск: ООО "Харвест", 2006. – 320 с.
- Spisok literatury:

Языковое образование

УДК 372.1

Андреев И.Е., Рябова В.Б. О принципах преподавания английского языка как иностранного

On the principles of teaching English as a foreign language

Андреев Игорь Евгеньевич,

Рябова Варвара Борисовна

1. Преподаватель английского языка,
ГБПОУ «Магнитогорский педагогический колледж»

2. студент 2 курса
ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный
технический университет имени Г.И. Носова»

Andreev Igor,

Ryabova Varvara

1. English teacher, Department of General Disciplines,
Magnitogorsk Pedagogical College

2. Second year student,
Nosov Magnitogorsk State Technical University

Аннотация. В статье описаны принципы обучения студентов в контексте общеобразовательных целей преподавания английского языка как иностранного, а также рассмотрены аспекты взаимодействия преподавателя и студентов на уроке, приводящие к эффективной коммуникации и, как следствие, лучшему усвоению материалов занятий; отражен практический подход к преподаванию иностранного языка как инструмента общения в условиях реальной языковой среды.

Ключевые слова: коммуникативная компетентность; осознанный подход; автоматизм; осмысленное обучение; ожидание награды; внутренняя мотивация.

Abstract. The article describes the principles of teaching students in the context of the general educational goals of teaching English as a foreign language, and also considers aspects of the interaction of the teacher and students in the lesson, leading to effective communication and, as a result, better assimilation of class materials; reflects a practical approach to teaching a foreign language as a tool for communication in a real language environment.

Keywords: communicative competence; conscious approach; automatism; meaningful learning; waiting for a reward; intrinsic motivation.

Рецензент: Лебедева Ирэна Валерьевна — кандидат социологических наук, доцент, Доцент кафедры гуманитарных дисциплин и английского языка КИМРТ (Каспийского института морского и речного транспорта) имени генерал-адмирала Фёдора Матвеевича Апраксина.

Обучение английскому языку как иностранному является актуальной проблемой в связи с возрастающей потребностью в его изучении наряду с потребностью в модернизации и модификации некоторых образовательных программ и методов обучения. Это создает необходимость во внедрении современных принципов и методик эффективного обучения

иностранному языку в образовательный процесс. Цель обучения английскому языку в школе - научить учащихся использовать английский язык для коммуникативных нужд. Для достижения этой цели используются различные методологические принципы, рассматриваемые в данной статье. Одним из таких принципов является принцип коммуникативной компетентности. Он подразумевает под собой участие студентов в устном и письменном общении на протяжении всего курса изучения английского языка. Коммуникативные цели лучше всего достигаются посредством уделения большого внимания практическому применению изучаемого языка, а не только отработке беглости чтения, грамматической точности, что, безусловно, также важно. Наибольшая эффективность в изучении языка достигается использованием речевых конструкций, с которыми студенты могут столкнуться в реальном мире. Необходимо помнить о прикладном значении отработанного на уроках материала, которым они смогут воспользоваться за пределами класса. Задача преподавателя в обучении студентов самостоятельному поиску и анализу информации и способности правильно ее использовать.

Следующий принцип - принцип интегрированного обучения. Учащиеся не воспринимают звуки, грамматические единицы, лексические элементы как отдельные компоненты языка, но приобретают их в шаблонах предложений и диалогах-шаблонах, связанных с определенными ситуациями. Информация на уроках должна преподноситься преподавателем таким образом, чтобы студенты использовали свои навыки как взаимозависимые части своего языкового опыта.

Принцип сознательности заключается в том, что учащиеся на занятиях по английскому языку должны понимать как форму, так и содержание материала через наглядность и ситуативную подачу. Студенты в ходе урока понимают, как им следует применять изученный материал при выполнении различных заданий и одновременно формируют навыки самоконтроля. Такой подход к изучению языка обычно контрастирует с автоматизированным обучением с помощью слепого заучивания повторяющихся упражнений.

Принцип деятельностного характера обучения подразумевает, что овладение английским языком возможно только в том случае, если студент является активным участником процесса обучения. Из психологии мы знаем, что активность возникает при определенных условиях. Прежде всего, ученик должен почувствовать необходимость изучения предмета. Основными источниками деятельности являются мотивация, желание и интерес, которые у некоторых учащихся возникает самостоятельно, а для некоторых требуются дополнительные усилия преподавателя, чтобы заинтересовать их в процессе изучения языка.

Наглядность может быть определена как специально организованная демонстрация лингвистического материала целевого языка. Поскольку ученики изучают иностранный язык в искусственных условиях, а не в реальной жизни, как в случае, когда дети приобретают свой родной язык, визуализация должна широко использоваться в преподавании иностранных языков. Это подразумевает широкое использование аудиовизуальных средств и аудиовизуальных материалов на протяжении всего курса обучения иностранному языку для формирования правильного интегрированного, осознанного усвоения материала.

Принцип систематичности и последовательности обучения состоит в том, что каждая работа, которая не выполняется чисто механически, требует системного подхода к выполнению работы. Преподавание английского языка должно быть систематическим и очень тщательно спланированным. Это означает, что весь курс и каждый урок должны проводиться в соответствии с продуманной программой или планом урока.

Принцип посильности и доступности предполагает, что предмет обучения должен соответствовать возрасту и умственным способностям учащихся; быть ни слишком сложным, ни слишком легким для них (материал должен быть немного выше уровня ученика и нагрузка должна увеличиваться поэтапно); и его не должно быть как слишком много, так и слишком мало, поскольку большой объем новой информации может снизить мотивированность у ученика и усложнить процесс ее усвоения, а чрезмерно малый не приведет к желаемому образовательному эффекту.

Помимо вышеописанных существует ряд принципов, рассматриваемых в качестве принципов мышления [8, с.116]. Трудно оспорить доказательства успеха, с которым дети изучают иностранные языки, особенно когда живут в стране, где говорят на этом языке [11, с.55]. Такие успехи детей можно связать с их тенденцией к подсознательному усвоению языка, который не анализирует языковые формы. Они учат язык, не думая об этом. Эту детскую обработку иногда называют автоматической обработкой. Таким образом, чтобы справиться со сложностью языка, учащиеся должны переходить от обработки языковой единицы к единице и по частям к автоматической обработке, при которой языковые формы должны находиться на периферии внимания. Избыточный анализ языка, постоянное размышление о его формах и правилах, препятствует автоматической обработке. Из этого принципа можно понять, что автоматичность не достигается в одночасье. Учителя должны проявлять терпение по отношению к ученикам, так как одной из основных задач процесса обучения является постепенное достижение беглости.

Использование принципа прочности приведет к лучшему долгосрочному запоминанию информации, чем простое заучивание. В прошлом заучивание занимало много времени в классе. Для студентов стояла задача в выучивании языковых форм и речевых конструкций, однако в целях продуктивного образовательного процесса учителя должны избегать большого количества грамматических объяснений, абстрактных принципов и теорий, информации для запоминания, деятельности, цели которой не ясны и которая не способствует достижению целей урока, заменяя все это на удобоваримые для детей формы подачи и обработки материала.

Необходимо также учитывать, что люди часто склонны действовать в ожидании какой-либо награды, которая последует за поведением определенного характера. Ожидание награды - самый мощный фактор, определяющий поведение человека, поэтому необходимо предоставлять учащимся словесные похвалы и поощрения в виде краткосрочной награды, а в качестве долгосрочной награды в изучении английского языка можно сформировать у учеников

представление о престижности умения говорить на иностранном языке, а также о жизненных перспективах и возможностях, открывающихся для учеников, владеющих иностранным языком.

Но наиболее эффективным процесс обучения может сделать собственная мотивация студентов. Проще говоря, наиболее мощными наградами являются те, которые внутренне мотивированы учащимся. Учителя могут оказать большую услугу учащимся и процессу обучения, рассматривая, каковы внутренние мотивы их учеников, и тщательно продумывая школьные задания. Студенты будут выполнять задание, потому что оно интересное, полезное или вызывает желание разобраться в новом или более сложном материале, а не потому, что они ожидают вознаграждения от учителя.

В прошлом профессия преподавателя языка в основном занималась «доставкой» языка студенту. Методы обучения, учебники или правила грамматики считались основными факторами успешного обучения. В настоящее время учителя более пристально сосредоточены на роли ученика в процессе. Методы, которые использует учащийся, так же важны, как и методы учителя, или даже больше. Таким образом, успешное овладение иностранным языком будет зависеть от уделяемых учащимися времени, усилий и внимания к языку. Задача учителей состоит в грамотной и компетентной работе по подаче учебного материала ученикам, упорядочивании и систематизации приемов и методов его усвоения (от более простых к более сложным), поддержание уверенности в себе там, где она уже существует, и строить ее там, где ее нет.

Библиографический список

1. Белявская Е.Г. Когнитивная лингвистика и преподавание иностранных языков // Вестник МГИМО. 2013. №5 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnaya-lingvistika-i-prepodavanie-inostrannyh-yazykov> (дата обращения: 12.01.2020).
2. Глазина Ю.А., Дегтярь Л.В. Интерактивные методики преподавания английского языка в школе // Инновационные процессы в информационно-коммуникационной сфере. Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Ред. А.Н. Дулатова, О.М. Уржумова. 2018. С. 359-362.
3. Гурленов В.М., Чупрова Н.В. Реализация принципов обучения иностранным языкам // Человек. Культура. Образование. 2015. №4 (18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/realizatsiya-printsipov-obucheniya-inostrannym-yazykam> (дата обращения: 18.01.2020).
4. Дуглас Б.Х. Обучение по принципам: интерактивный подход к языковой педагогике. Longman, 2000. - 480 с.
5. Кочеткова Ю.А. Реализация принципа сознательности при постановке целей обучения иностранному языку // Иностранные языки и межкультурная коммуникация: современные векторы развития и перспективы: сборник статей по результатам III научной конференции молодых ученых 17.05.2018 г. (ДИЯ НИУ ВШЭ). Отв. редактор Е.Г. Кошкина.

Выпуск 2. М. Из-во ООО «Буки Веди». 2018. С. 102-112.

6. Мжельская О.К. Возможности применения интерактивных методов обучения в современной высшей школе (на примере преподавания английского языка) // Ориентированные фундаментальные и прикладные исследования – основа модернизации и инновационного развития архитектурно-строительного и дорожно-транспортного комплексов России. Материалы конференции. 2012. С. 484-487.

7. Софронова Д.В. Формирование языковой картины мира в процессе обучения иностранному языку в школе и вузе // В сборнике: Языки, культуры, этносы. Формирование языковой картины мира: филологический и методический аспекты Сборник научных статей по материалам XI Всероссийской очно-заочной научно-практической конференции (с международным участием). Марийский государственный университет; под ред. Н.Г. Баженовой. 2018. С. 201-204.

8. Суворова Е.В., Мягкова Е.Ю. Принципы инференции // Вопросы когнитивной лингвистики № 4. 2019. С.116-123

9. Шапошникова Л.В. Причины неуспеваемости учащихся при обучении английскому языку и способы их преодоления // Аллея науки. 2019. Т. 3. № 1 (28). С. 938-941.

10. Шпакович И.Н. Организация учебного процесса на занятиях по иностранному языку в условиях профессионально-ориентированного обучения // Проблемы высшего образования. 2012. № 1. С. 271-273.

11. Suvorova E.V., Akhmetzyanova T.L., Zharova THE "COMMUNICATIVE CIRCLE" METHOD IN TEACHING ENGLISH AT A UNIVERSITY K.S. Arab World English Journal. 2019. Т. 10. № 2. С. 55-67.

УДК 34

Гончарук А.Е. Игровые технологии на уроках английского языка по ФГОС

Gaming technologies at the GEF English lessons

Гончарук Анна Евгеньевна,

учитель английского языка,
Муниципального бюджетного общеобразовательного
учреждения «Черноморская средняя школа № 1 им.
Николая Кудри» муниципального образования
Черноморский район Республики Крым
Goncharuk Anna Evgenievna, English teacher, Municipal
budget educational institution "black sea secondary school
№ 1. Nikolay Kudri" municipal formation black sea region of
the Republic of Crimea

Аннотация. Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) является одним из ключевых элементов модернизации современного образования. Изменения, произошедшие в системе образования за последние годы, привели к переосмыслению методов и технологий обучения иностранным языкам.

Ключевые слова: английский язык, Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС), игровые технологии.

Abstract. The Federal state educational standard (FSSES) is one of the key elements of modernizing modern education. Changes that have occurred in the education system in recent years have led to a rethinking of methods and technologies for teaching foreign languages.

Keywords: English, Federal state educational standard (FSSES), game technologies.

Рецензент: Лебедева Ирэна Валерьевна — кандидат социологических наук, доцент, Доцент кафедры гуманитарных дисциплин и английского языка КИМРТ (Каспийского института морского и речного транспорта) имени генерал-адмирала Фёдора Матвеевича Апраксина.

Введение. Педагогический процесс обучения английскому языку должен соответствовать требованиям ФГОС. В основе ФГОС лежит системно-деятельностный подход, базовым положением которого служит тезис о том, что развитие личности в системе образования обеспечивается, прежде всего, формированием универсальных учебных действий (УУД), выступающих в качестве основы образовательного и воспитательного процесса.

В связи с этим, приоритетным становится использование активных методов обучения, которые способствуют развитию умения анализировать, рассуждать, планировать, комбинировать, создавать новое.

Изложение основного материала исследования. Современные методы обучения английскому языку в рамках новых стандартов должны отвечать следующим требованиям:

- создавать атмосферу, в которой ребенок чувствует себя комфортно;

- стимулировать интересы детей, развивать их желание учиться и тем самым делать реальным достижение ими успехов в обучении;
- затрагивать личность ребенка в целом и вовлекать в учебный процесс все его чувства, эмоции и ощущения;
- активизировать деятельность детей;
- делать ребенка активным действующим лицом в учебном процессе;
- создавать такие ситуации, в которых учитель не является центральной фигурой, а лишь наблюдателем, консультантом;
- обеспечивать все возможные формы работы в классе. (Гальскова Н.Д.)

Всем этим требованиям отвечает игровой метод обучения.

Игровые технологии рассмотрены как средство реализации системно-деятельностного подхода в условиях ФГОС. Основной принцип системно-деятельностного подхода при обучении английскому языку состоит в том, что знания не преподносятся в готовом виде, учащиеся сами получают информацию, в процессе исследовательской деятельности. Задача учителя при введении или отработке материала состоит не в том, чтобы организовать эту исследовательскую работу учеников, а чтобы они сами нашли решения проблемы, отработали в речи грамматические и лексические структуры.

Иностранный язык как предмет носит деятельностный характер, что соответствует природе младшего школьника, воспринимающего мир эмоционально и активно. Это позволяет включать иноязычную речевую деятельность в игровую, свойственную ребенку данного возраста, и дает возможность осуществлять разнообразные связи с предметами, изучаемыми в начальной школе, и формировать общеучебные умения и навыки, которые межпредметны по своему характеру. Другими словами, обучение иностранному языку на раннем этапе должно строиться на основе игры.

Игра на занятиях по иностранному языку – это не просто коллективное развлечение, а основной способ достижения определенных задач обучения на данном этапе. В игре все равны. Она посильна даже слабым ученикам. Чувство равенства, атмосфера увлеченности и радости, ощущение посильности заданий – все это дает возможность ребятам преодолеть стеснительность, мешающую свободно употреблять в речи слова чужого языка, и благотворно сказывается на результатах обучения. Таким образом, игровые технологии обеспечивают коммуникативно-психологическую адаптацию младших школьников к новому языковому миру для преодоления в дальнейшем психологического барьера и использования иностранного языка как средства общения. Развитие личностных качеств младшего школьника, его внимания, мышления, памяти и воображения, развитие его эмоциональной сферы также происходит в процессе обучающих игр, учебных спектаклей с использованием иностранного языка. К тому же стратегия современного образования заключается в том, чтобы дать возможность всем без исключения учащимся проявить свои способности и весь свой творческий потенциал.

Игра позволяет овладевать всеми речевыми навыками в естественной ситуации – в процессе общения во время игры. Игра вызывает у школьников чувство удовлетворения, радости. Чем свободнее чувствует себя ученик в игре, тем инициативнее он будет в общении. Со временем у него появится чувство уверенности в своих силах.

Игра способствует интенсивной языковой практике, создает контакт, на основании которого язык усваивается более осмысленно, является диагностическим инструментом для учителя. Эффективность игрового обучения здесь обусловлена в первую очередь взрывом мотивации, повышением интереса к предмету. Учащиеся активно, увлеченно работают, помогают друг другу, внимательно слушают своих товарищей; учитель лишь управляет учебной деятельностью.

Ливингстоун К. выделяет следующие механизмы, которые делают игры уникальным средством педагогики в рамках новых стандартов и системно-деятельностного подхода:

- мотивация;
- прикладной характер игр;
- субъектность ученика (не мы его учим, а он учится).
- овладение не только знаниями, но и способами получения знаний.

К этим механизмам можно также отнести роль игры в формировании универсальных учебных действий. Игра позволяет формировать как личностные и коммуникативные действия, так и действия регулятивные (планирование, контроль, коррекция, оценка и др.).

По характеру игровой методики (Селевко Д. К.) игры делятся на:

- Предметные;
- Сюжетные;
- Ролевые;
- Деловые;
- Имитационные;
- Игры-драматизации.

На моих уроках в начальной школе я использую различные виды игр, но большим предпочтением у нас пользуются предметные, сюжетные, ролевые, игры – драматизации. (Я не буду здесь долго перечислять все игры, у каждого сидящего здесь я уверена есть свой богатый арсенал.)

Скажу лишь, что, играя со своими учениками я стремлюсь к:

простоте объяснения – правила игр должны быть простыми, объясняю их на русском языке;

универсальности игры - чтобы можно было её подстроить под количество, возраст и уровень знаний учеников.

В настоящее время в распоряжении учителя английского языка находится арсенал современных игровых пособий, позволяющий преодолеть однообразие в учебной деятельности, сделать урок более динамичным, интересным и, как следствие, повысить его эффективность.

К предпочитаемым игровым пособиям на печатной основе можно отнести:

1. Учебно-методический комплект Е.А. Барашковой «Грамматика английского языка. Игры на уроке к учебникам М.З. Биболетовой и др. «Enjoy English.2 класс» и «Enjoy English.3 класс» (Обнинск: Титул), М.: Изд-во «ЭКЗАМЕН», 2008.;
2. Пособие Кулясовой Н.А. «Алфавитные и тематические игры на уроках английского языка: 2-4 классы. – М.: ВАКО, 2010.
3. Наглядное пособие Т.Б. Клементьевой «Занимательные карточки: наборы карточек с картинками для развития навыков чтения», М.: Изд-во «АЙРИС-пресс», 2011.

Дидактические игры, представленные в данных пособиях, позволяют комплексно развивать коммуникативные навыки обучающихся в разных видах речевой деятельности: аудировании (в процессе восприятия иноязычных высказываний учителя и своих одноклассников на слух и обучении способам адекватного реагирования); чтении, письме, устной речи.

При обучении английскому языку нужно учитывать увлечённость современных школьников компьютерными технологиями, применяя обучающие компьютерные игры на английском языке, мультимедийные приложения. В этом отношении учителей английского языка может заинтересовать содержание следующих сайтов:

<http://www.funology.com/>

<http://www.starfall.com>

<http://www.gogolovesenglish.com>

<http://www.bbc.co.uk/schools/starship/english>

<http://www.learnenglish.org.uk/kids/> -

<http://www.kindersite.org/Directory/DirectoryFrame.htm>

<http://www.4teachers.org/>

http://free103.ru/english_games.php

<http://iloveenglish.ru/games>

<http://www.homeenglish.ru/Games.htm>

На этой страничке вы можете найти различные компьютерные игры или ссылки на них в Интернете, которые помогут вам в изучении английского языка.

Таблица 1

<i>Игры по изучению английского языка онлайн</i>		
Название	Описание	Действие
Wordz	Вы должны составлять слова из английских букв на разные темы: Songs& Artists, Movies & Actors, Soccer Teams, World Capitals.	играть
Trolley Dash	Покупка в магазине различных товаров: молочных продуктов, одежды, кондитерских товаров, цветов, газет и журналов, хлебобулочных изделий, детских товаров, напитков и т.д. Все товары проговариваются голосом. Хорошая игра для запоминания потребительских товаров.	играть
Hangman	Включает в себя несколько разновидностей игры. Содержит 3 уровня сложности. Имеет возможность играть вдвоём.	играть
Letter Twist	Перемещайте буквы между двумя рядами и составляйте реальные английские слова.	играть
Whiz Words	Даётся слово, которое надо быстро составить из предложенных букв. Игра больше для детей, но можно играть и взрослым, так как многие слова довольно сложные. Не перепутайте, рекламную заставку от производителя при загрузке игры, от самой игры.	играть
Rain Words	Составляйте кроссворд из дождя со словами. Интересная и познавательная игрушка.	играть
Letterblox	Надо составить как можно больше слов из предложенных букв.	играть
Word Chain	Вам нужно составлять словарные цепи - меняя одну букву в слове, чтобы получилось другое слово. Не перепутайте, рекламную заставку от производителя при загрузке игры, от самой игры.	играть
Spinword	Буквенный тетрис наоборот. Буквы, из которых вы должны составлять слова, поднимаются снизу-вверх. Слово должно быть не менее 3 букв и составлено слева направо или сверху вниз. Не перепутайте, рекламную заставку от	играть

54

	производителя при загрузке игры, от самой игры.	
Word Search	Поиск нужных Вам слов из огромного квадрата с буквами. Слова задаются по разным темам. Дождитесь, когда рекламная заставка закончится, и появится кнопка "play".	играть
Contcatenation	Очень простая игрушка, в которой надо соединять окончание слов с началом слов, которые должны подходить по буквам.	играть
Red Carpet	С правой стороны даётся список слов, которые вы должны найти в хаосе букв слева. Не перепутайте, рекламную заставку от производителя при загрузке игры, от самой игры.	играть
The Stairway	Аналогичная игре Red Carpet. Надо находить предложенные слова справа из букв, расположенных слева.	играть

Ссылки на сайты с играми по изучению английского языка

Адрес сайта	Описание	Действие
www.marks-english-school.com	Грамматические игры, игры для пополнения словарного запаса и др.	перейти
www.english-portal.com	На сайте находятся игры: Hangman, Spelling Power, Grammar Talk, True or False, Mystery Squares, Great Walk, а также кроссворды.	перейти
www.manythings.org	Сайт на английском языке: игры, тесты, викторины, двуязычные игры и т.д.	перейти
www.englishclub.net	На сайте находятся различные интересные игры по изучению английского языка, а также английские кроссворды.	перейти
www.languagegames.org	Сайт включает в себя несколько различных игр для изучения английского языка, плюс кроссворды.	перейти
www.funbrain.com	Огромное количество обучающих flash игр для детей.	перейти
www.wordland.com	Различные игры для изучения английского языка. Требуется установка специальной программы.	перейти
www.learnenglish.de	На сайте представлены следующие категории игр и не	перейти

	только игр: Battleships, Crosswords, Ding Things, Fiendish Games, Forum Games, Hangman, Homophones, Memory, Odd One Out, Scramble, Vocabulary Game, Wordsearch Game, Wordsquare Game, Quizzes Page, English Tests Page.	
www.free-english.com	Кто сказал, что грамматические упражнения не могут быть интересными? Учитесь, практикуйтесь и совершенствуйте ваши знания в этой важной области английского языка с помощью различных игр представленных на этом сайте.	перейти

Игры на грамматику английского языка:

Alphabet Antics: флеш игра для изучения английского алфавита и звуков. Поможет обезьянке убежать от змеи. Есть три уровня сложности.

Игры на лексику:

Trolley Dash: одна из самых интересных онлайн игр! Вам предстоит сходить в супермаркет и купить там продуктов в соответствии с заданным списком покупок за 60 секунд. Особенно полезна для тех, кто не знает, как правильно сказать следующие выражения: *"буханка хлеба, упаковка конфет, пакет молока, плитка шоколада"* и т.п.

Игры на произношение и восприятие речи на слух:

What's the time? С помощью этой игры Вы легко разберётесь, как правильно говорить сколько времени на английском языке. Может пригодиться также для подготовки к кембриджским экзаменам.

В соответствии со школьной системой обучения иностранному языку М.Ф. Стронин подразделяет игры на подготовительные и творческие.

"Подготовительные" игры включают в себя грамматические, лексические, фонетические и орфографические игры, целью которых является формирование произносительных, лексических и грамматических навыков, а также тренировка употребления языковых явлений на подготовительном, предкоммуникативном этапе овладения иностранным языком.

К **"творческим"** играм относятся аудитивные и речевые игры. Их цель - дальнейшее развитие речевых навыков и умений.

В качестве примера приведу несколько **подготовительных игр** - упражнений для тренировки лексических навыков обучаемых.

"Colours and Numbers" («Числа и цвета»). Дети садятся за общий стол. У каждого участника игры карточка с цифрой (до 12). В центре стола – разноцветные карточки. Учитель называет цифру и цвет, например: "Two" – "Red". Тот участник, у которого в руках карточка с цифрой 2, выбирает и показывает карточку красного цвета. Остальные участники внимательно

наблюдают за своим товарищем, выполняющим задание, и поправляют его в случае необходимости.

“*Interpreters*” («Переводчики»). Дети становятся в круг. Играют все одновременно. Учитель бросает мяч поочередно каждому и называет по-русски любое слово по изучаемой теме. Участники игры возвращают мяч учителю, называя при броске необходимое слово по-английски. Участник, не справившийся с заданием, выбывает из игры.

“*Who Has Run Away?*” «Кто убежал?». На столе учитель расставляет игрушки животных и просит детей внимательно посмотреть на животных и постараться запомнить всех. Затем учитель даёт команду “Close your eyes!” (Закройте глаза!) и ребята закрывают глаза. В этот момент учитель убирает одного из животных и даёт команду: “Open your eyes!” “Who has run away?” (Откройте глаза. Кто убежал?) Дети должны назвать то животное, которое убежало.

В качестве примеров **творческих игр** можно привести игры-задания: описание предметов, явлений, продолжение рассказа, изображение образа какого-либо абстрактного понятия: дружбы, благодарности, ссоры и т.д.

“*Describing Season*” («Описание времени года»)

Класс должен разделиться на две группы. Каждая группа получает по картинке с разными временами года, участники групп описывают свое время года: типичную погоду, особенности природы, свойственные данному сезону, но при этом не должно называться само время года. Вторая группа по описанию должна отгадать, о каком времени года идет речь. Можно задавать дополнительные вопросы, если группа не может догадаться сразу. Потом группы меняются ролями.

Организуя процесс обучения иностранному языку, учителю следует принимать во внимание необходимость применения элементов **здоровьесберегающих технологий**. Поэтому важно предусмотреть виды работ, предотвращающие появление физической и интеллектуальной напряжённости, усталости. На начальном этапе это могут быть физкультминутки, музыкальные паузы с использованием двигательной активности: танцевальных движений, несложных физических упражнений. Дети с большим удовольствием участвуют в динамических музыкальных паузах, стремятся сами выступить в роли инструктора, что создаёт положительный эмоциональный настрой, создаёт условия для развития мотивации к изучению данного учебного предмета. Однако учителю необходимо помнить о том, что игровые моменты, применяемые в целях релаксации, не предполагают сложных заданий, в них не должно быть победителей и проигравших. Это игры, вызывающие положительные эмоции, выполняющиеся легко и непринуждённо. В качестве примера подобных видов деятельности можно привести игры-пантомимы: изображение в воздухе изучаемых букв алфавита, животных с помощью характерных движений, мимики, голоса. Чаще всего физкультминутки мы проводим в сопровождении легко запоминающихся считалок, рифмовок, стихотворений с движениями. Музыкальное оформление физкультминуток делает их насыщеннее и интереснее.

Физкультминутка – игра

You are in the houses (вы в домиках) – учащиеся садятся на корточки
Sitting so still (сидите так тихо) – учащихся подносят палец ко рту
Won't you come out? (хотите ли вы выйти?)
Yes, we will. (да, хотим) – учащихся выпрыгивают из положения сидя.

Гимнастика для глаз (повторить 2 раза)
Look at the blackboard, (посмотрите на доску)
Look at the floor, (посмотрите на пол)
Look at the window, (посмотрите на окно)
Look at the door. (посмотрите на дверь)

В рамках новых стандартов и системно-деятельностного подхода на уроках английского языка должны применяться различные формы работы (парная, групповая, индивидуальная и т.д). Так, например, для отработки различных конструкций в парах хорошо подходит игра «Капризный Буратино» (аналогично упр.1 урока 6, 3 кл «Капризная Бэсс), в которую охотно играют ученики 2-4 классов. Главная особенность данной игры состоит в том, что детям необходимо все отрицать. Один ученик предлагает различные продукты, а другой отрицает: Do you want cheese? No, I don't; Would you like some milk? No, I would not etc. Таким образом, дети хорошо запоминают лексику по теме «Продукты», а также структуры различной сложности для составления предложений. Следует отметить, что учитель выступает в роли координатора: направляет, наблюдает.

Примером парной или групповой работы служит ролевая игра «В столовой лесной школы» (урок 11, 3 класс).

Характерная особенность психологии младших школьников проявляется в конкретности их мышления, восприимчивости к мобильным, колоритным предметам и требует яркого преподавания. При этом красочность наглядного материала играет важную роль. Так, в 3 классе по теме «Еда» мною проводится игра «В магазине». Цель игры: повторить цвета и лексику по теме «Еда». Реквизит, необходимый для игры: красочные и яркие картинки с продуктами питания, которые прикреплены на доске. Один ученик выступает в качестве продавца, а другие дети - покупателей (продавцы и покупатели могут меняться ролями). Дети подходят по одному к продавцу или говорят с места: Ten white eggs, two red tomatoes, please. – Here you are. – Thank you. – You are welcome! (уроки 13,15, 3 класс) Продолжительность игры 5-7 минут. Можно раздать комплект картинок с продуктами питания, овощами и фруктами на каждую парту и дети работают в парах одновременно, что значительно экономит время.

При разыгрывании сценок, драматизации достигается прочное усвоение лексики. Тема «Животные» является самой объемной по материалу. Дети с удовольствием играют роли животных, могут сами придумывать новые ситуации. При обобщении и систематизации изученного материала по теме «Животные» во 2-3 классах на уроках мною проводится игра-

сценка «Welcome to our zoo!». Дети приносят свои любимые игрушки-животных, да и в моем кабинете имеется несколько наборов игрушек. Каждый ученик представляется от имени животного, рассказывает, что умеет делать это животное, описывает какое оно. Можно разыграть диалоги знакомства между животными с помощью кукол кукольного театра, которых мы изготовили с помощью учителя технологии и родителей. Такие сценки способствуют расширению творческого потенциала учащихся, совершенствуют навыки учащихся во всех видах речевой деятельности, формируют положительные эмоции учащихся, чувство успеха.

Выводы. В заключение, можно сделать вывод о том, что посредством игры в рамках системно-деятельностного подхода в классе могут быть привнесены разнообразные формы работы (работа в парах, группах - больших и маленьких и целым классом). Г.А. Китайгородская считает, что игра полезна и популярна: учащиеся освобождаются от ошибкобоязни, группа объединяется единой деятельностью, создаётся благоприятный климат общения, группа превращается в субъект учебного процесса, каждый поочередно становится центром общения, поэтому удовлетворяются его потребности в престиже, статусе, внимании, уважении.

Игровые технологии обладают огромным потенциалом при обучении младших школьников на уроках английского языка и во внеурочное время и способствуют разностороннему развитию личности, что соответствует Федеральному Государственному Образовательному Стандарту.

Библиографический список

1. Гальскова Н. Д. Теория и практика обучения иностранному языку / Н. Д. Гальскова, З. Н. Никитенко. - Начальная школа: Методическое пособие. - М.: Айрис-пресс, 2004 - 240 с. - (Методика).
2. Зарипова Т.А. Картинки, игры, сказки... Особенности преподавания в начальной школе // Английский язык. - 2013, № 5. - с. 8.
3. Г.А. Китайгородская «Методика интенсивного обучения иностранным языкам». - М., 1982.-стр.39-41.
4. Комаров А. С. Игры и пьесы в обучении английскому языку / А. С. Комаров. - Ростов н/Д: Феникс, 2007. - 220, [2] с. - (Школьное развитие).
5. Латышева И.Р. Учись, играя. Использование игровых технологий на уроках английского языка в начальной школе // Английский язык. - 2012, № 8. - с. 5.
6. Ливингстоун К. Ролевые игры в обучении иностранным языкам. - М., 1999. - 127 с.
7. Маслыко Е.А., П.К. Бабинская Настольная книга преподавателя иностранного языка / Е. А. Маслыко: Справоч. пособие; - Минск: Высшая школа, 2000 - 445 с.
8. Мащенко В. Н. Ролевые игры в образовании. - М.: Высшая школа, 1995.
9. Перкас С. В. Ролевые игры на уроках английского языка. \ \ Иностранные языки в школе, 1999, №4. с. 22.
10. Пучкова Ю. Я. Игры на уроках английского языка: Метод. пособие. /Ю. Я. Пучкова. - М.: ООО «Издательство АСТ»: ООО «Издательство Астрель»: ООО «Типография ИПО профсоюзов Профиздат», 2005. - 78, [2] с. - (Школьный урок)
11. Ролевые игры в образовании [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://orkclub.ru/biblioteka/bibri/bibriother/114-rolevye-igry-v-obrazovanii.html> /. — Загл. с экрана.

Электронное научное издание

ПЕДАГОГИКА И ПСИХОЛОГИЯ: ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ

НАУЧНЫЙ ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

№ 1/2020

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к сотрудничеству обращаться по
электронной почте mail@scipro.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISSN 2686-8822

Усл. печ. л. 2,8

Объем издания 12,2 МВ

Издание: Международный научный электронный журнал
«Педагогика и психология: вопросы теории и практики»

Учредитель: Краснова Н.А.

Издательство Индивидуальный предприниматель Краснова Наталья Александровна
Адрес редакции: Россия, 603000, г. Нижний Новгород пл. М. Горького, 4/2, 4 этаж, офис №1,
Тел.: +79625087402