

Педагогика и просвещение

*Правильная ссылка на статью:*

Каширина О.А. Исследование внутренней мотивации к изучению иностранного языка в период пандемии Covid-19 // Педагогика и просвещение. 2025. № 4. DOI: 10.7256/2454-0676.2025.4.76120 EDN: MFQYWQ URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=76120](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=76120)

## Исследование внутренней мотивации к изучению иностранного языка в период пандемии Covid-19

Каширина Ольга Александровна

ORCID: 0009-0008-4697-1917

старший преподаватель; кафедра Английский язык для приборостроительных специальностей;  
Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана (национальный  
исследовательский университет)

125057, Россия, г. Москва, Хорошевский р-н, ул. Острякова, д. 9, кв.43

✉ [kashirina\\_olga@mail.ru](mailto:kashirina_olga@mail.ru)



[Статья из рубрики "Личность и личностный рост"](#)

### DOI:

10.7256/2454-0676.2025.4.76120

### EDN:

MFQYWQ

### Дата направления статьи в редакцию:

03-10-2025

### Дата публикации:

12-10-2025

**Аннотация:** В статье представлено исследование влияния соединения каналов восприятия и использования системоконплексов креативности на внутреннюю мотивацию к изучению иностранного языка студентов технического ВУЗа в период пандемии COVID-19. Целью проведенного исследования является обоснование методики преподавания иностранного языка, которая способствует увеличению внутренней мотивации к изучению иностранного языка как предметной области преподавания. Рассматриваются теоретические предпосылки проведения исследования и обосновывается его методика, объясняется связь мотиваций и эмоций, зафиксированных в процессе эксперимента, характеризуются показатели внутренней мотивации студентов второго и третьего курсов и их динамика в связи с представлением учебного материала

в форме аудио-видео презентаций, соединяющих каналы восприятия информации; сравниваются показатели внутренней мотивации при проведении экспериментальной работы в допандемийный период и в период дистанционного обучения, делается вывод по результатам проведенного исследования в период пандемии, и даются рекомендации об изменении методики преподавания иностранного языка. Исследование проводилось путем анкетирования студентов второго и третьего курсов МГТУ им. Баумана. Обработка результатов эксперимента осуществлялась путем подсчета показателей анкетных опросов. Анализ полученных результатов был осуществлен с использованием непараметрического статистического критерия Манна-Уитни с помощью программы SPSS-16. Новизна исследования заключается в предложении метода усиления внутренней мотивации к изучению иностранного языка путем соединения каналов восприятия с учетом системоконплексов креативности, который заключался в создании тематических презентаций, связанных с выбранной специальностью студентов. При использовании подобных презентаций было выявлено: 1. соотношение эффективности использования обычных и экспериментальных презентаций в допандемийный период показал резкое увеличение эффективности использования экспериментальных презентаций; 2. соотношение эффективности использования обычных и экспериментальных презентаций в допандемийный и пандемийный период показал увеличение эффективности использования экспериментальных презентаций в пандемийный период; 3. результаты анкетирования студентов показали, что экспериментальные презентации положительно повлияли на желание студентов расширить кругозор и способствовали их личностному и профессиональному росту.

**Ключевые слова:**

внутренняя мотивация, изучение иностранного языка, соединение каналов восприятия, аудио-видео презентация, системоконплексы креативности, дистанционное обучение, креативность, технический вуз, Ковид-19, критерий Манна-Уитни

В настоящее время общепризнано, что педагогическая деятельность в современных условиях претерпевает качественные изменения. При обсуждении итогов конференции «Научная школа В. В. Давыдова: традиции и инновации развития», 2020, Е. И. Исаевым, было отмечено, что основные трудности педагогов в работе со слабым детьми состоят в том «что педагоги не умеют работать с трудностями в обучении, не владеют средствами построения учебной деятельности.» [\[6\]](#) и не знают как мотивировать слабых детей. Интересно то, что еще в 40-х годах прошлого столетия к такому же выводу пришел А. Н. Леонтьев [\[15\]](#). Аналогичная ситуация имеет место и в Вузах, поэтому задача управления мотивацией обучающихся является первостепенной. Настоящее исследование имеет своей целью внести свой вклад в решение этой проблемы.

**Целью** данного исследования является предложение метода усиления внутренней мотивации, который заключается в созданиитематических презентаций, построенных по принципу соединения каналов восприятия при учете всех системоконплексов креативности .

**Гипотеза:** презентации, построенные по принципу соединения каналов восприятия (при учете всех системоконплексов креативности) способствуют усилению внутренней мотивации.

**Задачи исследования:**

- 1.произвести анализ понятия внутренней мотивации в соответствии с целью исследования;
- 2.произвести теоретический анализ понятия системоконплексов креативности для выявления факторов, которые необходимо учитывать при создании экспериментальных презентаций;
- 3.выявить связь между соединением каналов восприятия и внутренней мотивацией;

### **Введение в проблему**

Мотивация в учебном процессе представляет собой важнейший инструмент управления поведением человека, его активностью и устойчивостью. Разделяют мотивы социальные и познавательные [3]. Познавательные мотивы связаны с обучением и разными способами усвоения новых знаний. Под учебной мотивацией понимают частный вид мотивации, включенной в деятельность учения, учебную деятельность. « Учебная мотивация относится к числу профессионально значимых личностных характеристик, является показателем, критерием успешности получения и усвоения полученных знаний» [7] « Мотивированное состояние всегда имеет негативный эмоциональный окрас. Процесс удовлетворения потребности сопровождается положительными субъективными переживаниями.» [18]

В исследованиях мотивов учения выделяют внешние и внутренние мотивы. Внутренняя мотивация считается доминирующей в получении знаний. Однако, на сегодняшний день нет единого понимания критериев деления на внутреннюю и внешнюю мотивацию. [5]

С точки зрения одного подхода, внутренними, и ведущими считаются только познавательные мотивы, то есть, направленные на овладение новыми знаниями и методами их добывания. Остальные мотивы считаются внешними. То есть, если мотив реализует не познавательную, а, например, социальную потребность, то он называется внешним и признается менее значимым для учебного процесса. Такой точки зрения придерживаются Е.П. Ильин [9] и Л.И. Божович [5].

Этой же точки зрения придерживаются П.Я Гальперин, Н.Ф. Талызина, Н.В. Елфимова, П.И. Якобсон, М.Г. Ярошевский и др. [5]

Однако, существует и другой подход, где в основе разделения внешней и внутренней мотивации лежит личностный смысл.[5] Внешней, в этом случае, будет являться прагматическая мотивация, а внутренней - имеющая отношение к целям, смыслу, ценностям человека. К внутренним мотивам, помимо познавательных, добавляется в этом случае еще один – мотив саморазвития, самосовершенствования. Сторонниками данного подхода являются Л.Б. Ительсон, Г.Е. Залесский, В.Я. Ляудис, А.К. Маркова, Р.Р. Бибрих, И.А. Васильев, И.И. Вартанова, Д.Б. Эльконин и др. [5]

В настоящем исследовании автор придерживается именно этого, второго подхода.

Таким образом, для усиления внутренней мотивации к изучению иностранного языка использовано «расширение» понимания внутренней мотивации за счет личностного роста, [5] где иностранный язык включается в личностный контекст самосовершенствования, связанного с будущей работой, к которой есть интерес; внутри этого подхода и анализируется эффект соединения каналов восприятия.

Сегодня смыслообразующие мотивы принято считать ведущими, доминирующими, т.к. именно они определяют направленность всей мотивационной системы. [\[5\]](#)

Учебный процесс становится более эффективным, если он реализуется в перспективе личностного внутреннего роста учащегося. Эта перспектива создает особое состояние, которое сосредотачивает все его силы и творческие способности на решении конкретной учебной задачи.

О необходимости такой доминирующей мотивации, которая способствовала бы сосредоточенности, как предварительном условии непосредственно познавательного процесса, говорят со своей стороны, и физиологи. Например, согласно теории функциональных систем П.К. Анохина, для начала любой успешной деятельности необходимо особое состояние предпусковой интеграции [\[16\]](#).

К. В. Судаков считает, что должна существовать доминирующая мотивация, которая является «побудительной силой» любой конкретной деятельности человека и приводит в движение его творческие способности. [\[23\]](#)

В исследованиях зарубежных ученых, таких как Р.Костнер, Д.Лозье «показано, что внутренняя мотивация способствовала лучшему решению интересных и сложных задач...» [\[19\]](#), рассмотрено влияние наград на внутреннюю мотивацию сотрудников. [\[29\]](#)

В исследованиях Э. Деси и Р. Райана разработана теория самодетерминации, где к основным факторам, влияющим на успешность деятельности сотрудников относятся факторы автономии, компетентности и связанности с другими людьми. [\[28\]](#)

Труды А. Н. Леонтьева, Д. А. Леонтьева, Е.Н. Осина, А.С. Герасимовой, а также П. К. Анохина, К. В. Судакова и др. стали основанием для разработки автором статьи стимульного материала для воздействия на внутреннюю личностную мотивацию студентов к изучению иностранного языка. Автор рассматривает ее как создающую предварительное благоприятное условие для учебной деятельности (обучения иностранному языку).

Для конкретизации содержания личностной мотивации автор использовал концепцию системокомплексов креативности предметной области, созданную Т. А. Барышевой и Ю.А. Жигаловым. [\[2\]](#), [\[10\]](#)

Важным аспектом внутренней мотивации является её связь с креативностью, с реализацией творческого процесса по созданию чего-то нового. Проблема определения возможностей и способов оценки творческого потенциала сегодня актуальна. Креативность считается важнейшим навыком XXI века. [\[14\]](#)

Системокомплексы креативности представляют из себя «устойчивые стабильно проявляющиеся качества личности, которые в комплексе индексируют творческую стилистику поведения, обеспечивают продуктивность, новизну, уникальность способов и результатов деятельности, predisposed к творческим конструктивным преобразованиям в различных сферах жизнедеятельности.» [\[2\]](#)

Согласно Т. А. Барышевой и Ю. А. Жигалову существуют мотивационный, эмоциональный, интеллектуальный, эстетический, коммуникативный, компетентностный, экзистенциальный системокомплексы креативности. Мотивационный – это основные мотивы при поступлении в вуз, «соответствие профессии интересам и склонностям и ее

творческие возможности», эмоциональный (влияние представленного материала на эмоционально-профессиональную сферу), интеллектуальный (способность к преобразованиям, прогнозирование), эстетический (красивое оформление материала), коммуникативный (обсуждение), компетентностный (готовность к решению творческих задач), экзистенциальный (интерпретация мира человеком). [\[2\]](#), [\[10\]](#)

Системокомплексы креативности, по мнению автора, создают предпусковую мотивацию обучения предмету тем, что объединяют различные способности личности студента.

Концепция Т.А. Барышевой и Ю. А. Жигалова оказалась полезной автору тем, что натолкнула на мысль о необходимости создать комплекс презентаций, учитывающих все указанные системокомплексы для способствования личностному росту студентов и, соответственно, лучшему усвоению предмета.

С точки зрения физиологии автор руководствовалась положением о том, что для увеличения объема усвоения информации необходима синхронизация каналов восприятия, при которой, согласно известному соотношению:  $15\% + 25\% = 65\%$  (15% материала усваивается при аудио восприятии, 25% - при зрительном восприятии, а 65% - при совмещении каналов восприятия). [\[24\]](#)

На основе описанной выше теоретической базы автором был создан комплекс презентаций, с учетом параметров системокомплекса креативности, а также с учетом синхронизации каналов восприятия, который на протяжении двух лет использовался в преподавании английского языка. Презентации нацелены на возбуждение интереса к будущей профессии, способствуют расширению кругозора, вызывают положительную эмоциональную реакцию, красиво оформлены.

Данный комплекс презентаций использовался и в дальнейшем в период пандемии COVID-19. Дистанционное обучение в период пандемии COVID-19, со всем известным сложностям этого периода, поставило перед нами в очередной раз задачи повышения внутренней мотивации студентов к изучению иностранного языка, поскольку стало очевидным ослабление интереса к предмету, что и зафиксировано во многих последующих исследованиях: [\[4\]](#), [\[13\]](#), [\[17\]](#), [\[20\]](#).

Авторский комплекс презентаций способствовал более успешному преодолению указанной трудности и показал более высокий результат в изучении английского языка.

С целью усиления мотивации были использованы уже описанные ранее дидактические средства обучения, включающие презентации по изучаемым темам (далее: «обычные презентации») и видеоматериалы с применением принципа соединения аудиального и визуального каналов восприятия (далее: «экспериментальные презентации») с учетом всех системокомплексов креативности, о которых говорят Т. А. Барышева и Ю. А. Жигалов. [\[2\]](#), [\[10\]](#)

Детально процесс организации исследования описан в статье Кашириной О.А. «Креативность. Исследование на семинарах иностранного языка в период самоизоляции». [\[12\]](#)

### **Участники исследования**

В исследовании приняли участие 65 человек в возрасте от 19 до 22 лет, учащиеся 2 и 3 курсов трех факультетов технического ВУЗа, в основном мужского пола. Все участники не имели отклонений в психическом здоровье, не находились на больничном по любому

типу заболеваний на момент тестирования, имели зрение либо нормальное, либо скорректированное до нормального и прошли диагностику специально разработанной авторской анкеты Кашириной О.А. [11].

Исследование включало в себя 2 этапа. На первом этапе со студентами 2 и 3 курсов была проведена учебная работа с обычными презентациями и сделаны замеры, касающиеся уровня восприятия, воздействия на эмоциональную и когнитивную сферы студентов с помощью указанной анкеты. На втором этапе после предъявления экспериментальных аудио-видео презентаций с синхронизацией каналов восприятия, также производились замеры элементов психической деятельности, связанной с внутренней мотивацией студентов, с использованием той же анкеты.

#### Анкета.

Вы посмотрели презентацию.

- какие чувства она у вас вызвала?
- возникло ли желание расширить кругозор по предмету презентации?

Что вы сделаете?

- расскажете друзьям;
- пойдете в музей;
- прочтете дополнительную литературу или еще что-то.

Сравнение обычной и экспериментальной презентаций.

Для чего больше подходит обычная презентация, а для чего экспериментальная?

- для изучения иностранного языка;
- для запоминания слов и выражений;
- для самовыражения;
- для образного представления об изучаемом предмете по специальности

Произведено сравнение с результатами 2018 г.

#### **Теоретическое обоснование анкетирования. Методы обработки данных**

Разработанная для исследования анкета имела целью выявление уровня восприятия преподаваемого материала с включением вопросов касающихся эмоциональной, когнитивной и коммуникативной сферы учащихся.

Теоретическим обоснованием содержания анкеты явилось положение о связи эмоций и творчества, о котором говорят в своих исследованиях Л. С. Выготский [9], А. Н. Леонтьев [15], С. Л. Рубинштейн [21], В. П. Симонов [22] и др. «Эмоциональный опыт становится, согласно мысли Л. С. Выготского, перспективной мотивацией, способной порождать, мультиплицировать собой дальнейшую мотивацию» [10]. Таким образом он связывает эмоциональные и познавательные процессы. С. Л. Рубинштейн писал: «Сознание...- это единство переживания и знания.» [21], через эмоции человек определяет свое отношение к миру. В. П. Симонов разработал «информационную теорию эмоций». [22] О.

К. Тихомиров создал «смысловую теорию мышления» [26], в которой экспериментально доказал связь эмоциональной активации организма человека, с нахождением решения поставленной задачи. Его работы предшествовали зарубежным исследованиям в этой области. Именно поэтому в проведенном исследовании, «сила эмоциональной реакции» стала важным критерием оценки повышения уровня внутренней мотивации.

Внутренняя мотивация всегда является побудителем к внешнему действию. Поэтому увеличение внешней активности, как и готовность к внешнему действию, такая как: желание углубить знания, обратиться к дополнительной литературе, поделиться знаниями, также является показателем увеличения внутренней мотивации учащегося. Критерий готовности к действию также стал одним из критериев оценки изменения внутренней мотивации в данном исследовании. Следовательно, инструментом повышения мотивации могут быть специально организованные формы подачи учебного материала: «для того, чтобы усилить внутреннюю мотивацию нужно переработать излагаемый материал, сделать его для восприятия учащимися более интересным...» [25].

Обработка результатов эксперимента проводилась путем подсчет показателей анкетных опросов. Анализ полученных результатов был осуществлен с использованием непараметрического статистического критерия различий Манна-Уитни с помощью программы SPSS-16.

### Результаты исследования

Два среза опросов позволили нам получить для анализа следующие данные (рис.1). В наибольшем количестве студенты высказались в пользу экспериментальных видео-аудио материалов. Так по результатам опроса студентов 3 курса выяснилось, что аудио-видео презентации помогают *в изучении предмета* «иностраный язык» на уровне 3,86 баллов против 2,78 баллов при обычной презентации, несколько менее оценили эту значимость студенты 2 курса - 3 балла и 2,84 балла соответственно. Но для 2 курса экспериментальные средства были более значимы для запоминания слов и выражений. 3,3 балла против 2,45 балла при обычных презентациях. Тогда как для *запоминаний слов* студенты 3 курса немного больше выделили обычную презентацию: 2 против 1,93 балла у экспериментальной. Использование дидактического материала для *самовыражения* студенты 2 и 3 курсов в небольшой степени выделили экспериментальные материалы (1,91 и 2,25 баллов против 1,82 и 1,89 баллов). Наибольшее влияние экспериментальной видео-аудио презентации студенты увидели по отношению к *образному представлению о предмете изучения*: для студентов 2 курса здесь оказались наиболее разнящиеся данные 3,08 балов и 2,21 баллов; а для студентов 3 курса - максимально значимым 4,64 баллов из 5 возможных, при этом выявлены статистически значимые различия между обычной и экспериментальной подачей материала по этому показателю с помощью критерия Манна-Уитни, где  $p \leq 0,01$ , что говорит о достоверности результатов. [8].

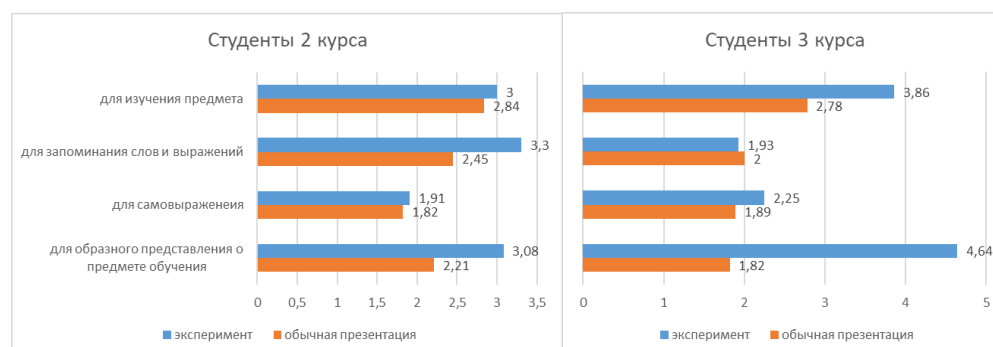


Рис. 1. Сравнительные данные по восприятию экспериментального и обычного дидактического материала студентами 2 и 3 курсов

После того, как мы выяснили, что экспериментальные видео-аудио материалы были предпочтительны для студентов, мы сравнили силу эмоциональной реакции и готовность действовать (по расширению кругозора, чтению дополнительной литературы, желанию ознакомиться с преподаваемым материалом в музее и рассказать друзьям) у студентов 2 и 3 курсов (рис.2).

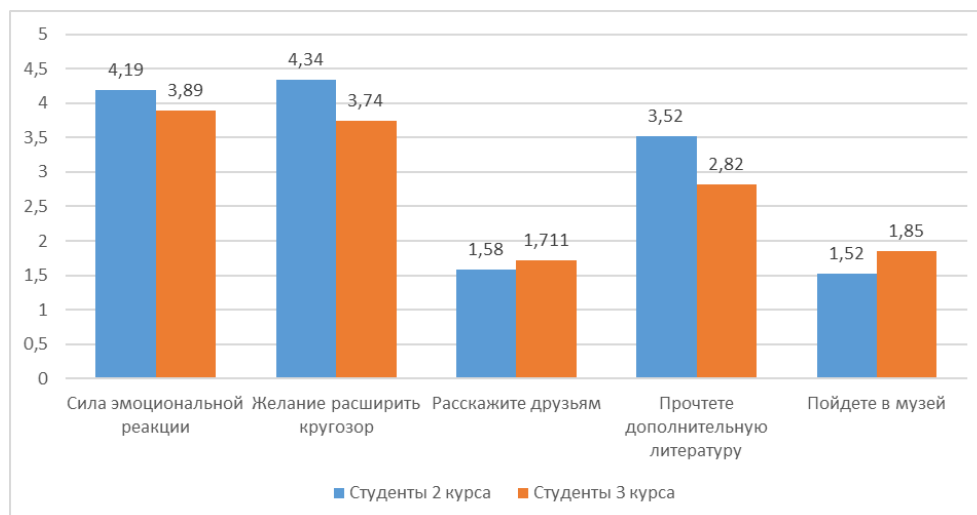


Рис. 2. Сравнительные данные по силе эмоциональной реакции и готовности действовать при восприятии экспериментального материала студентами 2 и 3 курсов

Полученные данные показали, что *эмоциональная реакция* была достаточно высокой и более выраженной у студентов 2 курса, нежели у студентов 3 курса (4,19 баллов против 3,89 баллов). Та же тенденция наблюдалась и в показателе «*расширить кругозор*» студенты 2 курса обрели здесь более высокую внутреннюю мотивацию (4,34 балла против 3,74 баллов). Желание «*Поделиться с друзьями и сходить в музей*» студенты обеих курсов проявили в наименьшей степени. *Прочтение дополнительной литературы* вышло на уровень ближе к высокому в обеих группах, и в более выраженной степени у студентов 2 курса (3,52 балла против 2,82 баллов). Эти данные необходимо интерпретировать: по всей видимости студенты 2 курса более восприимчивы к экспериментальным средствам, и их познавательная мотивация, ее эмоциональный, когнитивный, эстетический компоненты, оказываются выше [рис.1]. Тогда как у 3 курса, при их склонности к кризису мотивации эти показатели снижены, хотя и имеют достаточно высокие показатели на экспериментальных занятиях [рис.1]. Далее полученные показатели сравнивались с ранее имеющимися у нас данными 2018 года, когда преподавание велось исключительно в режиме реального общения [рис.2] нам были интересны как результаты экспериментальных показов видео-аудио материалов, так и обычных презентаций, которые использовались в работе [рис.3]. Показатели анкеты в допандемийный период исследования 2018 г. у 2-го и 3-его курсов были очень близки, поэтому они были объединены в единую группу.



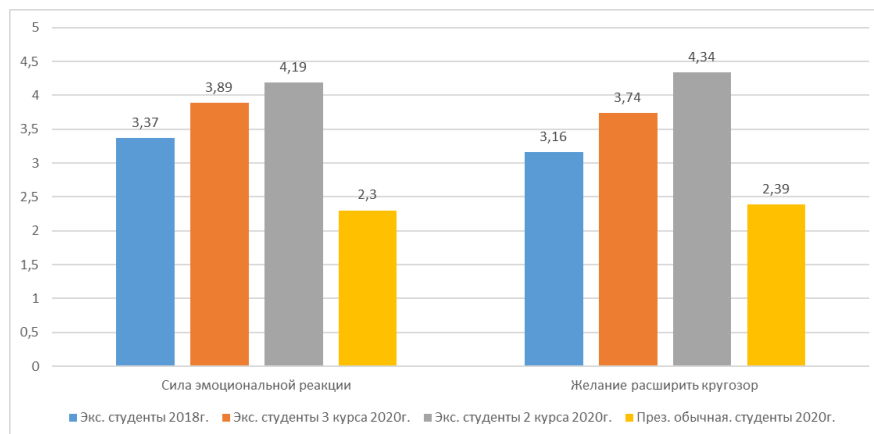


Рис. 3. Сравнение силы эмоциональной реакции и готовности действовать при восприятии экспериментального и обычного материалов студентами 2 и 3 курсов (в допандемийный период в 2018 г. и в ситуации дистанционного обучения в пандемийный период в 2020 г.)

Сравнение указанных данных показало, что в ситуации дистанционного обучения в пандемийный период есть более высокая востребованность в ярких, научнообоснованных экспериментальных видеоаудио материалах, которые способствуют повышению силы эмоциональных реакций и готовности действовать в области познания. Так, подобное исследование 2018 года показало более низкие результаты при экспериментальных занятиях как по силе эмоциональной реакции (3,37 баллов против 3,89 и 4,19 баллов в условиях пандемии), а также более низкие результаты в готовности действовать (3,16 баллов по сравнению с 3,74 и 4,34 баллов в условиях пандемии). При этом результаты: использования обычных презентаций показывают более низкие значения по сравнению с экспериментальными данными: по эмоциональной реакции (2,3 балла) и готовности действовать (2,39 баллов, имеются значимые различия (табл.1)

Изучаемые реакции	Сравнение показателей при восприятии экспериментального с обычным способом подачи материалом студентами					
	в допандемийный период в 2018 г студенты 2и 3 курсов.		в пандемийный период в 2020 г. студенты 2 курса		в пандемийный период в 2020 г. студенты 3 курса	
	Uэмп	p≤	Uэмп	p≤	Uэмп	p≤
Эмоциональная реакция	42,5	0,05	12,5	0,01	12	0,01
Желание расширить кругозор	45,5	0,05	25,6	0,01	4	0,01

Таблица 1

Результаты сравнения показателей силы эмоциональной реакции и желаний расширить кругозор при восприятии экспериментального и обычного материалов студентами 2 и 3 курсов (в допандемийный период в 2018 г. и в ситуации дистанционного обучения в пандемийный период в 2020 г.)

Выявлены статистически значимые различия по критерию Манна-Уитни, где  $p \leq 0,01$  и результаты исследований по 2015-2018 гг. и 2020 г. Сведены в таблицу 2.

Реакция	2015-2018 гг.	2020г.
Сильная эмоциональная	~ 30%	~ 10%
Положительная	~ 51%	~ 80%
Нейтральная или безразличная	~ 15%	~ 7%
Отсутствие информации о готовности к действию	~ 9%	~ 3%
Готовность к действию	~ 68%	~ 82%
Отсутствие готовности к действию	~ 22%	~ 15%

Таблица 2

Результаты сравнения силы эмоциональной реакции и готовности к действию при восприятии обычного и экспериментального материала студентами 2 и 3 курсов (в допандемийный период в 2018г. и в ситуации дистанционного обучения в пандемийный период в 2020 г.)

### Обсуждение результатов.

Анализ полученных результатов исследования внутренней учебной мотивации к изучению иностранного языка студентов технического Вуза в период пандемии COVID-19, позволяет нам констатировать преимущество использования аудио-видео презентаций, соединяющих каналы восприятия при условии учета системнокомплексов креативности по сравнению с обычными презентациями; признать студентов 2 курса более активными и внутренне более мотивированными по сравнению со студентами 3 курсов в период пандемии и дистанционного обучения.

Можно отметить такой показатель, как уменьшение в 3 раза количества студентов, проявивших сильную эмоциональную реакцию – 30% в исследовании 2015-2018 гг. и 10% в 2020 г.- в период самоизоляции, что свидетельствует о снижении энергетической силы креативности и способности к принятию решения в период пандемии.

### Заключение

Исследования, проведенные в послепандемийный период говорят о перенесенном студентами и преподавателями стрессе, который влияет «на когнитивную функцию, на память ... на время, затрачиваемое на выполнение задач и изучение материала...» [\[10\]](#), а также на снижение мотивации к изучению иностранного языка [\[3\]](#), «снижению интереса к предмету, как следствие, к более низким результатам.» [\[13\]](#). «Для качественного и непрерывного обучения в чрезвычайных ситуациях, таких как пандемия COVID-19, необходимо разрабатывать и применять технологии, отвечающие стандартам высшего образования и способствующими развитию всех необходимых компетенций.» [\[15\]](#).

В ходе исследования были выполнены следующие задачи:

1. конкретизации понятия внутренней мотивации: показано, как в данное понятие возможно включить мотивы самосовершенствования личности;

2 . раскрыто понятие системокомплексов креативности, на основании концепции системокомплексов уточнены факторы, необходимые для создания презентаций по принципу соединения каналов восприятия;

3 . показано, что при соединении каналов восприятия внутренняя мотивация, рассмотренная в указанном выше смысле, усиливается. На основании исследований, проведенных в 2018-2022 гг. произведен анализ анкетирования студентов.

По итогам анализа сделаны следующие выводы: при сравнении использования на практических занятиях по английскому языку обычных и экспериментальных презентаций было выявлено:

1 . соотношение эффективности использования обычных и экспериментальных презентаций в допандемийный период показывает резкое увеличение эффективности использования экспериментальных презентаций.

2 . соотношение экспериментальных презентаций в допандемийный и в пандемийный период показывает увеличение эффективности экспериментальных презентаций в пандемийный период.

3 . результаты анкетирования показали, что экспериментальные презентации положительно повлияли на желание студентов расширить кругозор, способствовали их личностному и профессиональному росту.

Таким образом, гипотеза исследования подтверждена: презентации, построенные по принципу соединения каналов восприятия (при учете всех системокомплексов креативности) действительно способствуют усилению внутренней мотивации.

Цель исследования достигнута: метод усиления внутренней мотивации, который заключается в создании тематических презентаций, построенных по принципу соединения каналов восприятия при учете всех системокомплексов креативности, может быть предложен к использованию.

Учитывая вышеизложенное, а также, опираясь на результаты проведенного исследования, автор считает, что можно сделать вывод об эффективности предложенной методики соединения каналов восприятия для увеличения уровня внутренней мотивации к изучению иностранного языка, а также о целесообразности продолжения работы в этой области.

## **Библиография**

1. Барышева Т. А., Жигалов Ю. А. Психолого-педагогические основы развития креативности: Учеб. пособие. – СПб.: СПГУТД, 2006. – 268 с. EDN: TLWXUJ.
2. Барышева Т. А. Креативность. Диагностика и развитие. – Санкт-Петербург, 2002. – 205 с.
3. Бенькова О. А., Артюхова Т. Ю., Шелкунова Т. В. Взаимосвязь учебной мотивации и мотивации к будущей профессиональной деятельности в студенческом возрасте // Мир науки. Педагогика и психология. 2021. № 4. Т. 9. С. 2-15. EDN: BBMZNN.
4. Воронина Е. К., Сигал Н. Г. Изменения мотивации студентов при изучении английского языка дистанционно // Педагогические науки. Вестник НЦ БЖД. 2022. № 2 (52). С. 18-25.
5. Герасимова А. С. Теория учебной мотивации в отечественной психологии. Институт психологии РАН.
6. Деятельностный подход в образовании: Монография. Книга 4 / Составитель В. А.

- Львовский. – М.: Некоммерческое партнерство "Авторский Клуб", 2021. – 440 с.
7. Егорихина С. Ю. Исследование мотивации обучающихся магистратуры и аспирантуры научной организации. Федеральное государственное бюджетное учреждение науки "Вологодский научный центр Российской академии наук", г. Вологда // Электронный научный журнал "Пензенский психологический вестник". 2020. № 1 (14). ISSN 2312–7392.
8. Ермолаев-Томин О. Ю. Математические методы в психологии. – ЮРАЙТ, 2023. Ч. 1. – 280 с.
9. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. – СПб.: Питер, 2011. – 512 с. EDN: SDPWVZ.
10. Ильин Е. П. Психология творчества, креативности, одаренности. – СПб.: Питер, 2009. – 448 с. EDN: QXYQIH.
11. Каширина О. А. Исследование внутренней (познавательной) мотивации студентов МГТУ им. Баумана к изучению иностранного языка (2015–2018 гг.) // Учитель. Ученик. Учебник: Сборник научных трудов / под ред. Г. Г. Молчановой. – М.: "КДУ", "Университетская книга", 2018. – С. 129–131.
12. Каширина О. А. Креативность. Исследование на семинарах иностранного языка в период самоизоляции // Жизнь языка в культуре и социуме-8. Материалы международной научной конференции, Москва, 2021. – С. 233–235. EDN: QZLVZP.
13. Кириллова А. В., Усатов. Влияние COVID-19 на психологический комфорт обучающихся иностранному языку в дистанционном формате в ВУЗе // Балканское научное обозрение. 2020. Т. 4. № 4 (10). С. 29–31. DOI: 10.34671/SCH.BSR.2020.0404.0008. EDN: LMYZFA.
14. Кирьякова А. В. Аксиология креативности: монография / А. В. Кирьякова, В. В. Мороз. – Москва: Дом педагогики, 2014. – 225 с. EDN: YPROLD.
15. Леонтьев А. Н. Насущные проблемы советской педагогики. Педагогика и психология // Учительская газета. 1941. 6 апр. № 42 (2834).
16. Марютина Т. М. Мотивация с точки зрения психофизиологии. Элитариум, центр дополнительного образования. URL: [https://www.elitarium.ru/motivacija\\_psikhofiziologia/](https://www.elitarium.ru/motivacija_psikhofiziologia/).
17. Махова В. В. Влияние ограничений, связанных с коронавирусной инфекцией, на целевые установки студентов в процессе изучения иностранного языка в неязыковом ВУЗе // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Лингвистика и педагогика. 2022. Т. 12. № 1. С. 188–199. EDN: SJWPIP.
18. Мурик С. Э. Общие нейрональные механизмы мотиваций и эмоций. Монография. – Иркутск: Изд-во Иркутского государственного университета, 2006. – 375 с. EDN: QXPGTZ.
19. Осин Е. Н., Горбунова А. А., Гордеева Т. О. и др. Профессиональная мотивация сотрудников российских предприятий: диагностика в связи с благополучием и успешностью деятельности // Организационная психология. 2017. Т. 7. № 4. С. 21–49. EDN: YLFRGY.
20. Остапенко А. Б., Уманец И. Ф. Особенности дистанционного обучения иностранному языку в вузе в условиях пандемии COVID-19 // Современное педагогическое образование. 2021. № 4. С. 27–31. EDN: KDW WJI.
21. Рубинштейн С. Л. Основы общей психологии. – СПб: Питер, 2009. – 720 с. EDN: YXEMDW.
22. Симонов П. В. Эмоциональный мозг. – СПб.: Питер; Прогресс книга, 2022. – 286 с.
23. Судаков К. В. Мотивация – основа психической деятельности // Журнал неврологии и психиатрии им. С. С. Корсакова. 2006. № 7. С. 4–11. EDN: OMBMTJ.
24. Титова С. В. Информационно-коммуникационные технологии в гуманитарном образовании: теория и практика. – Москва: Из-во МГУ, 2009. – 239 с.
25. Титова С. В. Теоретические основы компьютерно-информационной модели обучения иностранным языкам: диссертация доктора педагогических наук: 13.00.02. – Москва,

2004. – 594 с. EDN: NMWZCZ.

26. Тихомиров О. К. Лекции по психологии. – М.: Юрайт, 2006. – 590 с.

27. Шумакова Н. Б. Творческий потенциал и его измерение в современных зарубежных исследованиях // Электронный журнал "Современная зарубежная психология". 2021. Т. 10. № 4. С. 8. DOI: 10.17759/jmfp.2021100401. EDN: KZDKBQ.

28. Deci E. L., Ryan R. M. The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior // Psychological Inquiry. 2000. Vol. 11. P. 227-269.

29. Koestner R., Losier G. F. Distinguishing three ways of being highly motivated: A closer look at introjection, identification, and intrinsic motivation // In: E. L. Deci, R. M. Ryan (Eds.). Handbook of self-determination research. – Rochester, NY: University of Rochester Press, 2002. P. 101-121.

## Результаты процедуры рецензирования статьи

Рецензия выполнена специалистами [Национального Института Научного Рецензирования](#) по заказу ООО "НБ-Медиа".

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов можно ознакомиться [здесь](#).

Предметом исследования является влияние специализированных тематических презентаций, построенных на принципе соединения аудиального и визуального каналов восприятия и учитывающих системокомплексы креативности (по Т. А. Барышевой и Ю. А. Жигалову), на усиление внутренней мотивации студентов технического вуза к изучению иностранного языка. Особый акцент сделан на период дистанционного обучения во время пандемии COVID-19.

Методологическая основа исследования опирается на синтез психолого-педагогических (теории мотивации А. Н. Леонтьева, Д. А. Леонтьева, концепция системокомплексов креативности) и психофизиологических (теория функциональных систем П. К. Анохина) подходов. Эмпирическая часть включает двухэтапный эксперимент. На первом этапе использовались обычные презентации, на втором – экспериментальные (аудио-видео). Основным инструментом сбора данных была авторская анкета, направленная на оценку эмоциональной реакции, познавательной активности и коммуникативных интенций. Для статистической обработки данных применялся непараметрический критерий Манна-Уитни (программа SPSS-16), что методологически корректно для сравнения малых выборок и порядковых данных. Методология в целом выдержана, однако описание процедуры анкетирования и валидации анкеты представлено фрагментарно.

Актуальность исследования обоснована автором. Проблема снижения учебной мотивации в условиях вынужденного дистанционного обучения в период пандемии является востребованной темой в современной педагогике и психологии образования. Автор ссылается на ряд современных работ, констатирующих эту проблему. Поиск эффективных дидактических средств, способных компенсировать недостаток непосредственного контакта и поддерживать внутреннюю мотивацию, представляется важной научно-практической задачей.

Научная новизна работы заключается в предложенном автором комплексном подходе к конструированию дидактических материалов. Соединение классических идей о полимодальном восприятии с современной концепцией системокомплексов креативности для целенаправленного воздействия на внутреннюю мотивацию является перспективным. Проведение лонгитюдного исследования, включающего сравнение данных допандемийного и пандемийного периодов, добавляет работе новизны.

Статья имеет классическую структуру (введение, постановка проблемы, цели, гипотеза,

задачи, методология, результаты, обсуждение, заключение, библиография). Стиль изложения в целом научный, однако в ряде мест наблюдается некоторая тяжеловесность формулировок и повторы. Содержание логично и последовательно раскрывает заявленную тему. Визуализация результатов в виде диаграмм и таблиц наглядная и информативная. Текст демонстрирует авторский стиль, логику и использование профессиональной терминологии, что свидетельствует о его самостоятельной подготовке исследователем.

Список литературы обширен (29 источников) и соответствует теме исследования. Оформление библиографии соответствует общепринятым стандартам.

Автору можно рекомендовать быть готовым к вопросам со стороны оппонентов, касающимся валидности и надежности анкеты; «эффекта новизны» (не могло ли быть повышенное внимание студентов к экспериментальным презентациям связано с их новизной, а не с самой методикой?); обобщаемости результатов (выборка ограничена студентами технического вуза, преимущественно мужского пола); интерпретации снижения «сильной эмоциональной реакции» (автор трактует это как следствие пандемии и кризиса мотивации, но оппоненты могут задаться вопросом о других факторах).

Выводы работы логично вытекают из результатов исследования и подтверждают заявленную гипотезу. Предложенный метод демонстрирует свою эффективность, особенно в условиях дистанционного обучения.

Статья вызовет интерес у исследователей в области педагогики, психологии, методистов, преподавателей вузов, которые ищут действенные способы повышения вовлеченности и мотивации студентов, в том числе в онлайн-формате.

Статья представляет собой завершенное, актуальное научное исследование с элементами новизны и может быть рекомендована к публикации.