

З.С. Тайшыбай¹, А.Ж. Шайкенова², В.В. Чинишлов¹

¹Северо-Казахстанский университет им. М. Козыбаева, Петропавловск, Казахстан

²Университет имени Сулеймана Демиреля, Каскелен, Казахстан

E-mail: zstaihibai@nkzu.edu, aisulu_04_09@mail.ru, sl-chin@mail.ru

Интеграция ассоциативных настольных игр в учебный процесс вуза при изучении медиаграмотности (на примере настольной игры «Медиалабиринт»)

Аннотация. В представленной научно-исследовательской работе рассматривается феномен геймификации, его значение для образовательного процесса в высших учебных заведениях Республики Казахстан, в которых планомерно проводится работа по повышению уровня медиаграмотности студентов, магистрантов факультетов и кафедр журналистики.

Главная цель данной публикации – описать наиболее подходящие для внедрения в учебный процесс при изучении медиаграмотности игровые механизмы. К ним, по мнению авторов, следует отнести совокупность правил и обозначений, лежащих в основе словесно-командных ассоциативных игр. Используя ряд успешных идей современного геймдизайна в вышеуказанном направлении, коллектив кафедры «Журналистика» регионального вуза создал обучающую настольную игру «Медиалабиринт».

Теоретическая значимость статьи заключается в том, что выявленные в ходе исследования данные могут быть использованы преподавателями высших учебных заведений Республики Казахстан в процессе написания научно-исследовательских работ, учебно-методических пособий в рамках изучаемой проблематики, а также при подготовке лекционных материалов по дисциплине «Медиаграмотность». Практическая значимость настоящей научной работы заключается в возможности внедрения результатов исследования в учебный процесс в высшей школе (использование настольной игры «Медиалабиринт» на практических занятиях студентов-журналистов). В то же время настольная игра «Медиалабиринт» имеет потенциал стать универсальным средством повышения уровня медиаграмотности, поскольку она способна оказать положительное воздействие не только на обучающихся по направлению «Журналистика», но и на студентов прочих гуманитарных специальностей, учащихся старших классов школ с углубленным изучением информационных технологий.

Ключевые слова: медиаграмотность, геймификация, образовательный процесс, настольные игры, игровые механизмы, медиалабиринт.

DOI: <https://doi.org/10.32523/2616-7174-2023-145-4-96-106>

Введение. На сегодняшний день в педагогической среде Казахстана все чаще используется игровая форма подачи учебного материала. Подобное положение вещей связано с тем, что в условиях всеобщей компьютеризации, повышения интереса к виртуальной реальности представители молодого поколения становятся невосприимчивыми к традиционным моделям получения знаний. Они теряют мотивацию к процессу изучения мира через научно-популярную литературу, абстрагируются от деятельности, осуществляющейся сугубо ради практических целей и не имеющей развлекательного характера. В данном отношении геймификация или игрофикация образовательного процесса выступает передовым, стратегически важным решением,

поскольку вышеуказанный феномен способен дать человеку представление о сути неигрового контекста, опираясь при этом на различные игровые механизмы.

Термин «геймификация», как отмечает исследователь Я.А. Макаенко, впервые был употреблен в 1980 году британским писателем, автором монументального труда «Проектирование виртуальных миров» Р. Бартлом, который использовал данное слово с целью объяснения игровых технологий для совместной работы пользователей в видеоиграх [1, с.91]. В современной интерпретации слово «геймификация» было употреблено игровым дизайнером Н. Пеллингом, который в начале 2000-х гг. использовал игровые механизмы в области продвижения потребительских товаров, а впоследствии заявил о необходимости расширения сфер применения геймификации [2, с.39].

Проблематику внедрения игровых элементов в учебный процесс вуза рассматривали украинские ученые А.Н. Коберник и И.И. Осадченко, которые проанализировали огромный пласт существующих на данный момент подходов, связанных с использованием указанной инновации. Ими были выделены ключевые преимущества системного и практико-ориентированного подходов геймификации, которые, на наш взгляд, важны для педагога, работающего над созданием обучающей настольной игры [3, с.16].

Важнейшим преимуществом геймификации над классическими мотивационными программами, что подтверждают эксперты НИУВШЭ (Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»), является и тот факт, что во время игры человек отстраняется от личных, зачастую гнетущих его, потребностей и проблем, поскольку последние замещаются игровыми целями, «достижение которых в определенном игровом контексте является внутренне мотивированным желанием игрока» [4, с.305]. Акцентируя внимание не столько на феномене «геймификации», сколько на конкретном его проявлении – настольных играх (и их интеграции в учебный процесс в вузе), необходимо выделить авторов научных трудов, содержащих полезную для разработчика обучающей настольной игры информацию о наиболее легких для восприятия («неперегруженных») игровых механизмах.

Так, российские исследователи Д.Ф. Жирнова и Л.В. Фомина рассмотрели вопрос интеграции ассоциативных настольных игр в учебный процесс в вузе [5]. Проведенная ими работа подтвердила эффективность применения игровых механизмов в виде ассоциативной настольной игры на заключительном этапе изучения экологических дисциплин.

Среди исследований, посвященных теме медиаобразования, следует выделить статью С.Н. Поповой «Настольная игра как прикладной аспект медиаобразовательной деятельности» [6], в которой автор описал особенности разработки и внедрения в образовательный процесс настольной деловой игры «Медиабизнес» у студентов 4-го курса специальности «Продюсер теле- и радиопрограмм».

Среди немногочисленных материалов по исследуемой проблематике, опубликованных казахстанскими авторами, внимания заслуживает статья автора настольной образовательной игры «MediaJungle» Т.А. Голубцовой, написанная в соавторстве с российскими исследователями Кузнецовой Ю.М. и Максимычевой Н.Ю. [7]. В ней коллектив авторов охарактеризовал преимущества ряда игровых проектов, содействующих повышению медиаграмотности, продемонстрировал возможности некоторых онлайн-платформ.

Методология исследования. В процессе написания данной научно-исследовательской работы применялись основные методы исследования, характерные для социально-гуманитарных наук. Благодаря теоретическому анализу и обобщению педагогической и методической литературы, качественной и количественной обработке полученных данных, изучению правил ассоциативных настольных игр была создана собственная разработка в сфере образовательного геймдизайна.

В процессе анализа имеющихся на сегодняшний день проектов в области медиаобразовательного геймдизайна досконально изучались различные отечественные

и зарубежные источники информации, преимущественно научные статьи и научно-методические пособия.

Наряду с эмпирическими подходами к анализу предмета исследования, такими, как описание, наблюдение и сравнение, активно применялись социометрические подходы (при тестировании настольной игры «Медиалабиринт» изучались межличностные отношения и иерархия в малых группах, составляющих игровые ячейки).

Обсуждение. В рамках повсеместной геймификации, имеющей на данный момент множество проявлений, необходимо выделить получившее новый виток развития в пандемийный и постпандемийный период течение – бордгейминг (субкультура «настольщиков»).

Вышеуказанная субкультура, являясь частью гик-культуры (суперсубкультуры, вбирающей в себя «дружественные» субкультуры, в том числе фанатов комиксов, фильмов и сериалов), имеет своим объектом игры, основанные на манипуляции относительно небольшим набором предметов, которые можно расположить на столе, т.е. настольные игры.

С начала XXI столетия появилось множество классификаций настольных игр: по жанровой принадлежности, взаимодействию игроков и внутриигровым механизмам.

Так, на сайте российского дистрибьютора всемирно признанных настольных игр «Hobby Games» (имеющего свои магазины в крупных городах Республики Казахстан), размещена наиболее популярная классификация – жанровая, предполагающая существование следующих видов игр: абстрактные игры (шахматы, шашки), еврогеймы (практически бесконфликтные стратегии европейской школы геймдизайна, ориентированные на математические расчеты), амери-игры (стратегии американской школы геймдизайна, рассчитанные на прямой конфликт при высокой доле случайности), а также социальные или компанейские игры (как правило, не затяжные, но отличающиеся повышенным взаимодействием между игроками) [8].

Игры, относящиеся к одному определенному жанру, имеют ряд схожих механизмов, т. е. элементов и правил, создающих игровые условия. Особенно распространенным и в то же время самым простым механизмом на протяжении многих лет (как и сегодня) является механизм «кинь-двинь», ставший бессмертным благодаря экономической настольной игре «Монополия» (от игрока требуется выполнить два несложных действия: 1. кинуть шестигранный куб; двинуть фишку на то количество клеток, что выпало на его верхней грани).

Стоит отметить, что подобный механизм лежит в основе настольной игры «MediaJungle», появившейся в результате проведения II Центральноазиатского Эдьютона в 2019 году и имеющей своей целью повышение уровня медиаграмотности у молодых людей.

Как отмечает автор журналистского материала о данном проекте, участникам игры «MediaJungle» необходимо бросить кости, чтобы определить один из шести разделов (сферы МИГ, мессенджеры, социальные сети, СМИ, темный лес и сокровища джунглей), далее последует вопрос, правильно ответив на который игрок может заработать игровую валюту – эдукоины [9].

Ориентируясь на вышеприведенное описание игрового процесса, можно прийти к выводу, что «MediaJungle» – гибрид амери-игры (игры-бродилки) и социальной игры, в рамках которой необходимо отвечать на случайно выбранные вопросы (по типу настольной версии известной телеигры «Что? Где? Когда?»).

Автор игры «MediaJungle», медиатренер Т.А. Голубцова отмечает, что прототипом для игры стал финансовый тренажер Cash Flow («Денежный поток»), созданный Робертом Кийосаки, автором популярной книги «Богатый папа, бедный папа» [7, с.41].

В SKU им. М. Козыбаева с января по апрель 2023 года велась разработка собственной обучающей настольной игры по медиаграмотности, получившей название «Медиалабиринт». Основные механические элементы игрового продукта были взяты из

ассоциативных настольных игр, относящихся, в свою очередь, к разряду компанийских, социальных.

Ассоциативные интерактивные игры, основанные на применении мнемотехники – совокупности методов запоминания различных видов информации на основе выстраивания ассоциаций, в настоящее время пользуются особой популярностью в молодежной среде. Основная цель любой игры подобного направления – определить загаданное слово по ассоциативно предоставленной подсказке (жесту, слову, картинке и т. д.).

Наиболее подходящими для внедрения в учебный процесс при изучении медиаграмотности, по мнению авторов, оказались механизмы, лежащие в основе словесно-командных ассоциативных игр. Ярким представителем вышеуказанной группы является соревновательная игра «Codenames» («Кодовые имена»). Используя ее самые удачные идеи, добавляя собственные методические разработки, творческий коллектив кафедры «Журналистика» СКУ им. М. Козыбаева создал обучающую настольную игру «Медиалабиринт».

В обучающей игре «Медиалабиринт», основанной на принципе выстраивания ассоциативных цепочек, игрокам предстоит занять сторону одной из двух команд заблудившихся медиаисследователей, перед которой стоит цель максимально быстро отгадать шифр, способный открыть выход из лабиринта.

Игра предназначена для преподавателей, магистрантов, студентов факультетов и кафедр журналистики вузов, в которых последовательно проводится работа с разделами и модулями учебного пособия по медиаграмотности, подготовленного представительством Internews в Казахстане [10].

В учебном пособии представлены 3 раздела, два из которых содержат в себе по 5 модулей (в 3-м разделе – 7 модулей, но авторы игры выбрали только первые 5) (Рис. 1).

Раздел 1. Социально-политический контекст развития медиаграмотности в Казахстане			
Модуль 1	Основные понятия и принципы медийной и информационной грамотности (МИГ). Г. Асанбаева	2 часа	стр. 5
Модуль 2	Особенности цифровой грамотности. Г. Асанбаева	2 часа	стр. 18
Модуль 3	Медиа как бизнес. Профиль медиаиндустрии страны Г. Асанбаева	2 часа	стр. 30
Модуль 4	Прозрачность масс-медиа Казахстана и развитие медиаграмотности. Г. Асанбаева	4 часа	стр. 44
Модуль 5	Пропаганда, техники манипулирования, информационные войны. Г. Асанбаева	3 часа	стр. 58
Раздел 2. Роль критического мышления в оценке и диагностике информации: методы и технологии			
Модуль 6	Базовые компетенции медиаграмотности для понимания контента. Г. Асанбаева	1 час	стр. 82
Модуль 7	Методы критического мышления в оценке точности и достоверности новостей. А. Еркимбай	2 часа	стр. 97
Модуль 8	Предвзятость и необъективность СМИ: диагностика и технологии выявления. С. Штурхецкий	2 часа	стр. 107
Модуль 9	Новости и мнение. Подтасовка, дезинформация и ложь в новостях. Проверка фактов. Б. Ахатова	4 часа	стр. 120
Модуль 10	Кадр, план, ракурс в новостной фотожурналистике. Фотосъемка на смартфонах. Д. Шорохов	2 часа	стр. 140
Раздел 3. Производство медиаконтента. Этические стандарты. Методика обучения медиаграмотности			
Модуль 11	Новые форматы медиаконтента. Влияние Интернета и социальных сетей на новости. А. Еркимбай	2 часа	стр. 154
Модуль 12	Этический анализ медиаконтента. Оценка точности и достоверности новостей. Б. Ахатова	2 часа	стр. 166
Модуль 13	Гендерные стереотипы. Д. Шорохов	2 часа	стр. 180
Модуль 14	МИГ и межкультурная коммуникация. Язык вражды С. Кажинуратова	2 часа	стр. 197
Модуль 15	Жанры новостных сюжетов: репортаж, интервью Б. Ахатова	4 часа	стр. 210

Рисунок 1. Перечень разделов и модулей пособия по медиаграмотности для преподавателей вузов высших учебных заведений Казахстана.

Из каждого модуля были взяты 10 терминов и слов, имеющих прямое отношение к области медийно-информационной грамотности. Также, к каждому модулю были подобраны специальные тестовые задания различной формы (закрытого и открытого типа). Таким образом, в игре встречаются 150 неповторяющихся терминов и слов, 45 уникальных заданий.

Авторы предлагают проводить две игровые партии после изучения каждого раздела пособия. Итого, медиаисследователям предстоит сыграть 6 партий (особенности игровой раскладки позволяют играть большее количество раз, помогая лучшим образом закреплять учебный материал).

Подготовка к игре выглядит следующим образом (Рис. 2). Игроки делятся на две команды, равные по количеству участников (минимальное количество игроков – 4 человека). Каждая команда выбирает себе лидера. Назначенные лидеры садятся с одной стороны стола, все остальные игроки – напротив. В зависимости от изученного раздела (модулей) выбираются 25 карточек с терминами и словами. Их выкладывают на столе в

виде сетки 5*5. После этого лидеры случайным образом выбирают карточку с шифром и устанавливают ее в подставку, расположенную между ними. Лидеры кладут рядом с собой карточки команд (синего и красного цвета), карточки ловушек и тупиков (с текстурой кирпичной стены), песочные часы (на 30 секунд) и список с заданиями.



Рисунок 2. Пример подготовки к игре (для шести человек).

На карточке с шифром (Рис. 3) имеются разноцветные квадраты. Синие квадраты обозначают термины и слова, которые должна отгадать синяя команда; красные – термины и слова, которые должна отгадать красная команда; белые – нейтральные термины и слова, за которыми прячутся специальные задания, именуемые ловушками (всего их 6), и тупики (одинаковые с обеих сторон карты, их 2). Цвет краев карточки с шифром позволяет определить команду, которая будет ходить первой. Ей необходимо угадать 9 слов, второй команде – 8 (разница в количестве отгадываемых слов связана с необходимостью соблюдения игрового баланса).

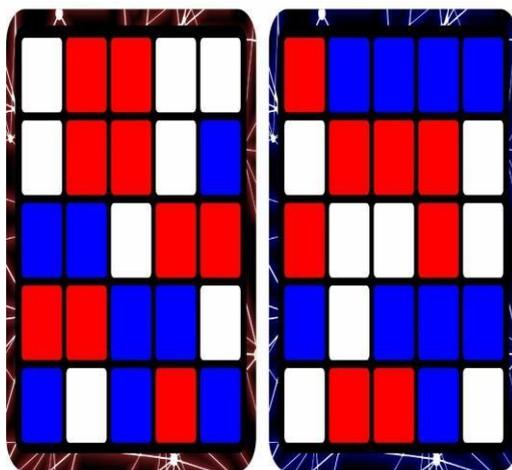


Рисунок 3. Карточка с шифром (ориентируясь на представленный на рисунке пример, синяя команда будет ходить первой).

Игровой процесс. Расположив все игровые компоненты на столе, перемешав стопку карточек ловушек и тупиков (состоящую из 8 карт: 6 карт ловушек и 2 карты тупиков), команды медиаисследователей начинают блуждать по лабиринту и отгадывать шифры. Лидер команды, начинающей игру, дает первую подсказку. Ему необходимо придумать одно слово (ассоциацию), относящееся к нескольким терминам и словам, выложенным на столе, которые его команда должна отгадать. Как только лидер придумал подходящее слово, он произносит его вслух (нельзя произносить словосочетания, однокоренные слова, термины, присутствующие на столе). Он также называет число, которое обозначает количество слов, относящихся к данной подсказке-ассоциации (минимум – 1).

После того, как лидер назвал ассоциацию и цифру, игроки его команды пытаются отгадать слова. За отведенное время (30 секунд) они должны выбрать одно слово. Как только игроки касаются карточки со словом (Рис. 4), лидер раскрывает ее значение, кладя поверх нее карточку определенного цвета (синюю, красную или карточку с текстурой кирпичной стены). Данный процесс можно сравнить с блужданием по коридорам лабиринта с целью поиска плит, при нажатии на которые рано или поздно откроется выход.

Если игроки выбрали относящееся к их команде слово, они продолжают отгадывать, пока не ошибутся или не израсходуют свои попытки. Перед каждой попыткой песочные часы переворачиваются. Затем начинается ход следующей команды. Она выполняет те же действия, что и предыдущая.



Рисунок 4. Карточка с термином (в нижнем правом углу содержится информация о модуле, из которого было взято слово; номер в центре карточки позволяет найти определение указанного термина в памятке-гlossарии).

Ошибочными (негативными, порой имеющими нейтральный или даже положительный исход) для игроков считаются следующие действия:

1. игроки указывают на слово команды соперников, что приводит к завершению их хода. В таком случае они помогают своим оппонентам отгадать одно слово. Оно накрывается карточкой цвета второй команды;

2. игроки могут попасть в ловушку (Рис. 5), где их будет поджидать специальное задание в виде вопроса (его озвучивает их лидер), правильно ответив на который можно закрыть одно из своих слов (лидер самостоятельно выбирает слово, которое закрывает карточкой цвета своей команды). При неудачной попытке ход команды заканчивается, слово накрывается картой ловушки;

3. игроки могут попасть в тупик (Рис. 5). Их ход заканчивается. Слово-тупик накрывается одинаковой с обеих сторон картой.

Определение победителя. Команда, которой первой удалось найти все свои слова, выигрывает. Победа первой команды наступает тогда, когда закрыты 9 слов. Вторая команда побеждает в том случае, если найдены 8 слов.



Рисунок 5. Слева – карточка ловушки (задание №44 лидер может найти в списке заданий); справа – карточка тупика (одинаковая с обеих сторон карта).

Результаты. Молодые и не успевшие набраться опыта медиаисследователи (как правило) незнаютсмысласхвстречаемыхвигрETERМИНОВ, чтоподтверждаютпроведенные тестовые игры среди студентов 1-го и 2-го курсов специальности «Журналистика» СКУ им. М. Козыбаева. Поэтому авторы разработали специальную памятку-гlossарий (в количестве 3-х экземпляров: два для команд, один для рядом сидящих лидеров), к которой можно обращаться в процессе игры, чтобы легче генерировать или воспринимать ассоциации. Всего в памятке 100 непростых, напрямую связанных с медиаграмотностью, терминов и слов (из 150 встречаемых в игре).

Также из настольной игры «Кодовые имена» было позаимствовано опциональное правило (правило, добавляющееся по желанию ведущего), которое позволяет увеличить игровую динамику. Оно предоставляет игрокам возможность дать на одну отгадку больше, чем число, названное лидером. Данное решение направлено на устранение такой игровой ситуации, при которой команда не смогла отгадать одно из слов, но впоследствии она догадалась, что подразумевал ее лидер, однако количество попыток в новом ходу строго ограничено (поскольку лидер продолжает генерировать новые ассоциации).

В то же время полученный в ходе реализации данной работы опыт показал, что ряд обучающихся (играя в качестве лидеров) испытывает затруднения при построении ассоциаций. Поэтому геймдизайнеры рекомендуют назначать лидерами наиболее эрудированных и хорошо разбирающихся в вопросах медиаграмотности студентов.

Выводы. Безусловно, с точки зрения освоения правил «Медиалабиринт» покажется сложнее игр, основанных на привычном для многих обывателей механизме «кинь-двинь».

Тем не менее, возможность самостоятельно выстраивать ассоциации, наводить на верные мысли своих сокомандников сводят к минимуму влияние рандома (случайностей, не зависящих от игроков факторов), что параллельно позволяет более качественно закрепить пройденный материал в пределах, как правило, четко фиксированных временных рамок – 20-30 минут.

Таким образом, ориентируясь на впечатления вовлеченных в игровой процесс студентов, авторам удалось реализовать следующие положительные элементы настоящей образовательной настольной игры: возможность добровольного выбора роли (роли лидера или роли рядового игрока); соревновательность (игра подобна гонке; представители обеих команд стремятся первыми прийти к финишу).

Список литературы

1. Макакенко Я.А. Геймификация и нарративные практики в современном образовании / Я.А. Макакенко // Koinon. – 2022. – Т. 3, № 3-4. – С. 88–97.
2. Артамонова В.В. Развитие концепции геймификации в XXI веке // Историческая и социально-образовательная мысль. - 2018. - Т. 10. - № 2/2. – С. 37–43.
3. Коберник А.Н., Осадченко И.И. Геймификация учебного процесса в высшем учебном заведении: теория и методология // Научный вектор Балкан. - 2021. - № 1(11). - Т. 5. - С. 12-17.
4. Ребров А.В., Черкасов А.Ю. Геймификация и автоматизация по KPI: очередная управленческая мода или новые методы стимулирования? // Российский журнал менеджмента. – 2017. – № 15 (3). – С. 303–326.
5. Жирнова Д.Ф., Фомина Л.В. Интеграция ассоциативных настольных игр в учебный процесс вуза при изучении экологических дисциплин // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). - 2017. -1 (178). – С. 69–74.
6. Попова С.Н. Настольная игра как прикладной аспект медиаобразовательной деятельности // Знак: Проблемное поле медиаобразования. – 2019. – №2 (32). – С. 41-46.
7. Голубцова Т.А. Приёмы геймификации образовательных проектов / Т.А. Голубцова, Ю.М. Кузнецова, Н.Ю. Максимычева // Медиа. Информация. Коммуникация. – 2023. – Т. 37, № 2. – С. 38-43.
8. Классификация настольных игр [Электронный ресурс]. URL: <https://hobbygames.ru/klassifikacija-nastolnih-igr> (дата обращения: 25.08.23).
9. MediaJungle: как настольная игра учит медиаграмотности [Электронный ресурс]. – URL: <https://newreporter.org/2019/05/30/mediajungle-kak-nastolnaya-igra-uchit-mediagramotnosti/> (дата обращения: 26.08.23).
10. Пособие по медиаграмотности для преподавателей вузов высших учебных заведений Казахстана. – Алматы: «Интерньюс», 2019. – 250 с.

References

1. Makakenko Ya.A. Gejmifikaciya i narrativnye praktiki v sovremennom obrazovanii [Gamification and narrative practices in modern education], Koinon [Koinon], 3, № 3-4 (3), 88–97 (2022).
2. Artamonova V.V. Razvitie koncepcii gejmifikacii v XXI veke [Development of the concept of gamification in the 21st century], Istoricheskaya i social'no-obrazovatel'naya mysl' [Historical and socio-educational thought], 2/2 (10), 37–43 (2018).
3. Kobernik A.N., Osadchenko I.I. Gejmifikaciya uchebnogo processa v vysshem uchebnom zavedenii: teoriya i metodologiya [Gamification of the educational process in a higher education institution: theory and methodology], Nauchnyj vektor Balkan [Balkans science vector], 1(11) (5), 12-17 (2021).
4. Rebrov A.V., Cherkasov A.Yu. Gejmifikaciya i avtomatizaciya po KPI: ocherednaya upravlencheskaya moda ili novye metody stimulirovaniya? [Gamification and KPI automation: another management fashion or new incentive methods?], Rossijskij zhurnal menedzhmenta [Russian Journal of Management], 15 (3), 303–326 (2017).

5. Zhirnova D.F., Fomina L.V. Integraciya associativnyh nastol'nyh igr v uchebnyj process vuza pri izuchenii ekologicheskikh discipline [Integration of associative board games into the educational process of a university when studying environmental disciplines], Vestnik TGPU (Bulletin of TSPU), 1 (178), 69–74 (2017).
6. Popova S.N. Nastol'naya igra kak prikladnoj aspekt mediaobrazovatel'noj deyatel'nosti [Board game as an applied aspect of media educational activities], Znak: Problemnoe pole mediaobrazovaniya [Sign: Problem field of media education], 2 (32), 41-46 (2019).
7. Golubcova T.A., Kuznecova Yu.M., Maksimycheva N.Yu. Priyomy gejmfikacii obrazovatel'nyh proektov [Techniques for gamification of educational projects], Media. Informaciya. Kommunikaciya [Media. Information. Communication], 2 (37), 38-43 (2023).
8. Klassifikaciya nastol'nyh igr [Classification of board games] [Electronic resource]. Available at: <https://hobbygames.ru/klassifikacija-nastolnih-igr> (Accessed: 25.08.23).
9. MediaJungle: kak nastol'naya igra uchit mediagramotnosti [MediaJungle: How a board game teaches media literacy] [Electronic resource]. Available at: <https://newreporter.org/2019/05/30/mediajungle-kak-nastolnaya-igra-uchit-mediagramotnosti/> (Accessed: 26.08.23).
10. Posobie po mediagramotnosti dlya prepodavatelej vuzov vysshih uchebnyh zavedenij Kazahstana [Media literacy manual for university teachers of higher educational institutions of Kazakhstan] («Intern'jus», Almaty, 2019, 250 p.).

З.С. Тайшыбай¹, А.Ж. Шайкенова², В.В. Чинишлов¹

¹Манаш Қозыбаев атындағы Солтүстік Қазақстан университеті, Петропавл, Қазақстан

²Сулейман Демирел атындағы университеті, Қаскелең, Қазақстан

Медиасауаттылықты зерттеуде ассоциативті үстел ойындарын университеттің оқу процесіне кіріктіру («Медиалабиринт» үстел ойынының негізінде)

Аңдатпа. Ұсынылған ғылыми-зерттеу жұмысында геймификация феномені, оның Қазақстан Республикасының жоғары оқу орындарындағы білім беру үдерісі үшін маңызы қарастырылады, онда журналистика факультеттері мен кафедралары студенттерінің, магистранттарының медиа сауаттылық деңгейін арттыру бойынша жұмыстар жоспарлы түрде жүргізіледі.

Бұл басылымның басты мақсаты-медиа сауаттылықты зерттеу кезінде оқу процесіне енгізуге ең қолайлы ойын механизмдерін сипаттау. Оларға, авторлардың пікірінше, ауызша-командалық Ассоциация ойындарының негізінде жатқан ережелер мен белгілердің жиынтығы кіруі керек. Жоғарыда аталған бағытта заманауи ойын дизайнының бірқатар сәтті идеяларын пайдалана отырып, облыстық университеттің журналистика кафедрасының командасы «Медиа лабиринт» оқу үстелі ойынын жасады.

Мақаланың теориялық маңыздылығы: Зерттеу барысында анықталған деректерді Қазақстан Республикасының Жоғары оқу орындарының оқытушылары зерттелетін мәселелер шеңберінде ғылыми-зерттеу жұмыстарын, оқу-әдістемелік құралдарды жазу процесінде, сондай-ақ «медиа сауаттылық» пәні бойынша дәріс материалдарын дайындау кезінде пайдалана алады. Бұл ғылыми жұмыстың практикалық маңыздылығы-зерттеу нәтижелерін жоғары мектептегі оқу процесіне енгізу мүмкіндігі (журналист студенттердің практикалық сабақтарында «Медиалабиринт» үстел ойынын пайдалану). Сонымен қатар, «Медиалабиринт» үстел ойыны медиа сауаттылық деңгейін арттырудың әмбебап құралы бола алады, өйткені ол «Журналистика» бағыты бойынша білім алушыларға ғана емес, сонымен қатар басқа гуманитарлық мамандықтардың студенттеріне, ақпараттық технологияларды тереңдетіп оқытатын жоғары сынып оқушыларына да оң әсер ете алады.

Түйін сөздер: медиасауаттылық, геймификация, оқу процесі, үстел ойындары, ойын механикасы, медиалабиринт.

Z.S. Taishybai¹, A.Z. Shaikenova², V.V. Chinishlov¹

¹ M. Kozybayev North Kazakhstan University, Petropavlovsk, Kazakhstan

² Suleyman Demirel University, Kaskelen, Kazakhstan

Integration of associative board games into the university learning process when studying media literacy (using the example of the board game «Media Labyrinth»)

Abstract. The presented research paper examines the phenomenon of gamification, its importance for the educational process in higher educational institutions of the Republic of Kazakhstan, where work is systematically carried out to improve the level of media literacy of students, undergraduates of faculties and departments of journalism.

The main purpose of this publication is to describe the game mechanisms that are most suitable for introduction into the educational process in the study of media literacy. According to the authors, these include a set of rules and designations underlying verbal and team associative games. Using a number of successful ideas of modern game design in the above direction, the team of the Department of Journalism of a regional university created an educational board game «Media Labyrinth».

The theoretical significance of the article lies in the fact that the data revealed during the research can be used by teachers of higher educational institutions of the Republic of Kazakhstan in the process of writing research papers, teaching aids within the framework of the studied issues, as well as in the preparation of lecture materials on the discipline «Media Literacy». The practical significance of this scientific work lies in the possibility of introducing the research results into the educational process in higher education (using the board game «Media Labyrinth» in the practical classes of journalism students). At the same time, the board game «Media Labyrinth» has the potential to become a universal means of increasing the level of media literacy, since it can have a positive impact not only on students studying Journalism, but also on students of other humanities, high school students with in-depth study of information technology.

Keywords: media literacy, gamification, educational process, board games, game mechanics, media labyrinth.

Сведения об авторах:

Тайшыбай З.С. – к.ф.н., доцент, кафедра «Журналистика», Северо-Казахстанский университет им. М. Козыбаева, Петропавловск, Казахстан.

Шайкенова А.Ж. – к.ф.н., заведующий кафедрой «Социальные науки», SDU университет, Каскелен, Казахстан.

Чинишлов В.В. – магистрант, кафедра «Журналистика», Северо-Казахстанский университет им. М. Козыбаева, Петропавловск, Казахстан.

Taishybai Z.S. – Candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Department of Journalism, M. Kozybayev North Kazakhstan University, Petropavlovsk, Kazakhstan.

Shaikenova A.Z. – Candidate of Philology, Professor, Head of the Social Sciences Department, Suleyman Demirel University, Kaskelen, Kazakhstan.

Chinishlov V.V. – Master's student, M. Kozybayev North Kazakhstan University, Petropavlovsk, Kazakhstan.