

# ИГРОВЫЕ ФОРМЫ КОММУНИКАЦИИ

УДК 070

**Г. Ю. Богданович**

*Крымский федеральный университет  
им. В. И. Вернадского, Симферополь*

**М. В. Кочкин**

*Крымский федеральный университет  
им. В. И. Вернадского, Симферополь*

## **ТРАНСДИСЦИПЛИНАРНОСТЬ: ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГЕЙМИФИКАЦИИ И КЕЙС-МЕТОДА ПРИ ИЗУЧЕНИИ КОММУНИКАТИВНЫХ ДИСЦИПЛИН**

*В данном материале рассматривается трансдисциплинарность как современное направление в сфере коммуникации при подготовке журналистских кадров. Моделирование реальной ситуации на практических занятиях важно проводить с помощью геймификации учебного процесса, в частности, кейс-метода. Выполнение заданий кейсов помогает моделировать реальную ситуацию, приближенную к действительности, в результате чего актуализируются навыки, полученные на занятиях.*

**Ключевые слова:** трансдисциплинарность, геймификация, кейс-метод, коммуникация, журналистика.

### **Постановка проблемы**

Нехватка достаточного опыта у начинающих специалистов в сфере медиа определяет потребность в конвергентном медиаобразовании. Обучаемым должны быть предоставлены возможности конструирования игр для развития более широкого и осознанного применения приобретённых в ходе образовательных процессов и на практике компетенций в сфере медиа.

Цель статьи – рассмотрение возможности применения трансдисциплинарности в журналистском образовании. В статье представлен пример геймификации процесса обучения с помощью применения кейс-метода для повышения эффективности освоения нового материала будущими бакалаврами, а также моделирования ситуации применения на практике теоретических знаний.

### **Изложение основного материала исследования**

Актуальным вектором развития журналистского образования является постоянное введение в процесс обучения новых дисциплин, основанных на трансдисциплинарности (Е. А. Солодова, П. П. Ефимов). Известно, что исследование медиасферы, и журналистики в частности, достаточно описано учеными, характеризующими парадигму коммуникативных взаимодействий. В каждом отдельно взятом направлении журналистики, а также в медиасфере используется большое количество методов и теорий, которые могут впоследствии применять специалисты в своей будущей работе. Однако можно заметить, что отдельно взятые дисциплины теоретического характера нуждаются в разъяснении тех или иных сведений на семинарских занятиях. Поэтому в данной плоскости необходимо поставить два вопроса: как реализовать в практической деятельности полученные на основе различных коммуникативных теорий знания, а также чем различается рассмотрение таковых теорий в трансдисциплинарном понимании? [7].

Данные идеи мы можем рассматривать и с точки зрения журналистского образования, которое готовит специалистов в сфере телевидения, радио, рекламы, интернет-журналистики. На практике мы можем увидеть, что сегодня в коммуникативных областях знаний востребованы так называемые универсальные специалисты, которые способны развивать конвергентную журналистику в практической деятельности. Совершенно очевидно, что происходит расширение научного мировоззрения за счет так называемой трансдисциплинарности, при которой изучение того или иного явления не ограничивается рамками какой-то одной области знаний. Таким образом, мы можем прийти к выводу о том, что сегодня необходимо комплексное образование,

которое в себя будет включать знания смежных дисциплин. Эффективное решение этой задачи видится, по нашему мнению, в применении кейс-метода как игрового приема.

Современные тенденции в глобализации средств и способов массовой коммуникации требуют паритетного роста сферы медиаобразования. Стратегия развития интеллектуального потенциала определяет новые подходы к организации образовательного процесса. Опыт показывает, что ответственность и самостоятельность в решении задач – залог потенциала в профессии.

Кейс-метод позволяет оценивать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, их качество и эффективность, а также даёт возможность обучающемуся быть организатором и менеджером собственной деятельности. Метод кейсов широко используется в различных бизнес-школах, являясь визитной карточкой знаменитой Гарвардской школы бизнеса.

Сегодня геймификация становится уникальным скриптом моделирования поведенческих реакций не только в обычной жизни [6], но и в образовании [2]. Особую пользу приносит опция решения нестандартных, как, впрочем, и стандартных задач в различных ситуациях, а также ответственность, необходимость мобильного реагирования, самостоятельного поиска информации, планирования и интенсификации большого количества навыков, знаний и способностей обучаемого.

Отдельная положительная возможность геймификации – работа в команде, выявление качеств, направленных на сосуществование и продуктивное сотрудничество, возможности к взаимному обучению и росту.

Для введения в образовательный процесс кейс-метода для эффективного изучения журналистских дисциплин необходимо создание такой коммуникативной ситуации, при которой обучающийся может реализовать те или иные навыки. Исходя из определения понятия «геймификация», учебный процесс рассматривается с точки зрения игровых технологий, которые применяются для повышения интереса к образовательному процессу, для улучшения усвоения теоретического материала, а также понимания того, как данный материал можно применить в практической деятельности [3].

Данные коммуникативные условия подходят для введения «кейсов». В кейсы включают задания для студентов, которые могут помочь определить следующие категории:

1. Выявление профессиональных интересов и навыков студента;
2. Создание приближённой профессиональной ситуации, при которой обучающийся может ознакомиться в практическом аспекте с реальной рабочей средой;
3. Взаимодействие различных дисциплин при решении поставленных задач с точки зрения трансдисциплинарности [7];
4. Повышение интереса к процессу обучения за счёт геймификации;
5. Эффективное использование теоретических знаний в практическом применении;
6. Создание творческой среды, при которой обучающиеся могут реализовывать новые идеи.

Для геймификации учебного процесса мы предлагаем ввести успешно апробированные в рамках практических занятий дисциплины «Основы теории массовых коммуникаций» проекты «Выборы лидера курса», «Постановочное телевизионное шоу», «Моя история», которые могут включать различные способы реализации получаемых знаний в процессе обучения по направлению подготовки «Журналистика». Данные проекты включают в себя моделирование компетенций векторов PR, а также различных видов интернет-журналистики.

«Выборы лидера курса» – ролевая учебная игра на моделирование полноценной PR-кампании и работы предвыборного штаба кандидата в лидеры. Игра носит состязательный характер для двух-трех (в зависимости от количества учебных групп) равноценных студенческих коллективов; позволяет сформировать навыки использования потенциала коллектива и распределения ролей, повышает эффективность специализированных компетенций и позволяет сфокусировать деятельность обучающихся на достижении общей цели.

«Постановочное телевизионное шоу» – моделирует компетенции сценарно-постановочного процесса. Обучающиеся создают собственные скрипты и сценарии, в процессе игры распределяют роли согласно опыту и знаниям (сценарист, режиссер, постановщик, актер, ведущий, эксперт, менеджер и др.).

«Моя история» – индивидуальная игра для моделирования навыков самопрезентации. Обучающиеся получают задание подготовить проект презентации и рассказать об истории своей семьи или истории, связанной с предками.

Для использования такого типа занятий в образовательном процессе наиболее подходящим является кейс-метод. Кейс-метод подразумевает приобретение навыков работы за счёт создания искусственной ситуации, в которой студенты участвуют, предварительно получив определённые знания. После этого происходит анализ проделанной работы, когда участники совместно с преподавателем выявляют ошибки, особенности и закономерности работы в профессиональной сфере [5].

На сегодняшний день данная методика является актуальной и в большей степени используется в сфере бизнес-образования [8]. Её особенность заключается в практическом применении навыков, а также определении поведения в той или иной сложившейся ситуации [1]. По нашему мнению, такой метод возможно использовать и в медиаобразовании.

В качестве примера приведём один из образцов кейсов.

*Кейс «Целевая аудитория»*

Цель: показать особенности и необходимость работы со своей целевой аудиторией.

Задание:

1. Выявить и определить возраст своей целевой аудитории.
2. Определить сферу интересов и предпочтений данной аудитории.
3. Разработать стратегию продвижения кандидата в соответствии с интересами целевой аудитории.
4. Выполнить отчёт о проделанной работе.

Таким образом, мы видим, что в данном кейсе может быть задействована теоретическая база различных дисциплин, которые изучают связи с общественностью, а также различные векторы подготовки журналиста. Необходимо отметить, что в процессе выполнения данного задания возможно выявление у студентов управленческих и организаторских навыков.

Можно предложить выполнить задания кейсов «Дебаты», «Пресс-конференция», «Картинка», «Информационный жест», «Верификация информации», «Информационная война» и др.

Так, кейс «Картинка» можно представить следующим образом:

Цель: разработать имидж кандидата.

Термины для изучения: целевая аудитория, имидж, коммуникативная личность, харизма, доверие.

Задание:

1. Проанализировать и сравнить имидж различных политиков (Д. Трамп, Х. Клинтон, В. Путин, Э. Макрон, А. Меркель и т.д.) во время предвыборных кампаний.
2. Отметить, с чем связан представленный имидж политика и на какую аудиторию он рассчитан? Почему используемый имидж является наиболее выигрышным?
3. Написать эссе, в котором необходимо привести примеры использования различных образов.
4. Участникам ролевой игры необходимо создать такой образ своего кандидата, который будет импонировать целевой аудитории (это может быть образ делового человека, простого человека, «звезды» или супергероя).

*Кейс «Информационный жест»*

Цель: научить студентов использовать и определять у других участников коммуникации невербальные способы общения.

Термины для изучения: невербальная коммуникация, вербальная коммуникация

Задание:

1. Изучить невербальные элементы коммуникации.
2. Написать речь, в которой следует убедить аудиторию в своей идее.
3. Выступить перед аудиторией, используя невербальную коммуникацию.
4. Аудитория должна определить, какие жесты использовались, с какой целью.

### **Заключение**

Изменения в медиаобразовательной сфере за счет самих медиа определяют факторы глобализации. Высокая эффективность геймификации и кейс-метода определяется тем, что кейсы вписаны в действительность обучающихся.

Характеристики учебной игры:

1. Интерпретация сегмента действительности, информация о котором получена обучающимися из внешних коммуникаций (СМИ, опыт, иные и смежные навыки и компетенции).

2. Соответствие приближенным по времени и событиям ситуациям и задачам позволяет обучающимся коррелировать решение задач (в кейсах) с собственным опытом (как это было, например, в жизни, у знакомых, в сериале, как рассказывали близкие и т. д.).

Обучающиеся получают опыт социализации в конструируемых кейсах и отрабатывают модели коммуникации, которые необходимы будущим молодым специалистам. Модели поведения студента достаточно ограничены, трансдисциплинарный подход помогает получить и использовать (пусть и в учебной форме) модель из книги, игры, фильма или сериала.

Итак, рассматривая комплексное обучение в сфере массовых коммуникаций и журналистики с использованием кейс-метода, мы можем заметить, что данное решение строится в полной мере на реализации такого понятия, как «трансдисциплинарность». Таким образом, для полного понимания методов работы в практической деятельности обучающемуся необходимо получить целый комплекс знаний, связанный с применением того или иного кейса. Из этого следует, что геймификация образования в данном учебном направлении может быть реализована как своеобразная «профессиональная фабрика», где обучающийся может попробовать и определить для себя дальнейшую роль, например, в медийной сфере. Также данный аспект обучения может помочь в развитии медиаобразования. Перспективой внедрения и описания новых комплексных методов обучения для медиаобразования мы видим в соотношении кейсов с постоянно меняющимся информационным потоком, а также в их соответствии тем определениям и понятиям, которые приняты в теории коммуникации, в теории журналистики [9]. Геймификация и кейс-метод в искусственных условиях учат работать с реальными новостями и задачами.

#### Список литературы

1. Барабаш, В. В., Бордюгов, Г. А., Котеленец, Е. А. Государственная пропаганда и информационные войны: учебное пособие. М.: АИРО-XXI, 2015. 400 с.
2. Белкин, Ф. А. Геймификация в образовании // Современная зарубежная психология. 2016. № 3. С. 28–34. URL: <http://psyjournals.ru/jmfp/2016/n3/83892.shtml> (дата обращения: 25.08.2018).
3. Варенина, Л. П. Геймификация в образовании // Историческая и социально-образовательная мысль, 2014. № 6-2. С. 314–317.
4. Вирен, Г. Современные медиа: приемы информационных войн: учебное пособие. Москва: Аспект Пресс, 2013. 126 с.
5. Махотин, Д. А. Метод анализа конкретных ситуаций (кейсов) как педагогическая технология // Вестник РМАТ. 2014. № 1 (10). С. 94–98.
6. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации. М.: Рефл-бук; Киев: Ваклер, 2000. 576 с.
7. Солодова, Е. А., Ефимов, П. П. Трансдисциплинарность – современная педагогическая технология интеграции знаний // Интеграция образования. 2014. № 2. С. 20–24.
8. Стрекалова, Н. Д., Беляков, В. Г. Разработка и применение учебных кейсов: практическое руководство. СПб.: Отдел оперативной полиграфии НИУ ВШЭ, 2013. 80 с.
9. Шарков, Ф. И. Основы теории коммуникации. М.: Перспектива, 2002. 246 с.
10. Яшин, Б. Л. Культура общения: теория и практика коммуникаций: учебное пособие. М.: Директ-медиа, 2015. 243 с.

#### TRANSDISCIPLINARY: THE USE OF GAMIFYING AND CASE-METHOD IN THE STUDY OF COMMUNICATIVE DISCIPLINES

*Bogdanovich G. Yu., Crimean Federal University them. V.I. Vernadsky, Simferopol, bgdnych@mail.ru*

*Kochkin M. V., Crimean Federal University them. V.I. Vernadsky, Simferopol, kochkinmax@mail.ru*

*In this material transdisciplinarity is considered as a modern direction in the field of communication in the training of journalists. It is important to simulate the actual situation in practical exercises with the help of the gaming of the learning process with the help of the case-method. The fulfillment of tasks of cases helps to simulate a real situation, close to reality, as a result of which the skills gained in the lessons are updated.*

*Theoretical installations in the field of communication must find application in situations of real communication. Of particular importance is the development of program material, and the solution of educational problems. Therefore, the modeling of various communicative situations in which the learner may end up allows you to participate in the communicative process independently, analyze, and make decisions. For this purpose, it is proposed to use case materials called “Debates”, “Press Conference”, “Picture”, “Information Gesture”, “Verification of Information”, “Information War”, etc. during practical classes.*

*The format of a practical lesson may be different, however, those who use interactive teaching methods with a game component use the same success. Using theoretical training in the field of communication, students apply their knowledge and at the same time form the rules for working with the target audience. The use of various models, forms and types of communication not only contributes to successful communication, but also allows you to acquire the necessary competencies. Comprehensive teaching methods using the case method allows you to create a specific communicative environment and participate in a variety of communicative situations.*

**Key words:** transdisciplinarity, gamification, case-method, communication, journalism.

### References

1. Barabash, V. V. (2015). *Gosudarstvennaja propaganda i informacionnyje vojny. Uchebnoe posobie* [State propaganda and information wars]. Moscow, AIRO-XXI, 2015, 400 p. (in Russ.).
2. Belkin, F. A. (2016). Gejmifikacija v obrazovanii [Gamification In education]. *Sovremennaja zarubezhnaja psihologija* [Modern foreign psychology], 3, pp. 28–34, available at: <http://psyjournals.ru/jmfp/2016/n3/83892.shtml> (accessed 25.08.2018) (in Russ.).
3. Varenina, L. P. (2014). Gejmifikacija v obrazovanii [Gamification in education]. *Istoricheskaya i sotsial'no-obrazovatel'naya mysl'* [Historical and socio-educational thought], 6-2, pp. 314–317 (in Russ.).
4. Viren, G. (2013). *Media: priemy` informacionnyh vojn: ucheb. Posobie dlya studentov vuzov* [Modern media: methods of information wars: study guide]. Moscow, Aspect Press. 126 p. (in Russ.).
5. Mahotin, D. A. (2014). Metod analiza konkretnyh situacij (kejsov) kak pedagogicheskaja tehnologija [The method of analysis of specific situations (cases) as a pedagogical technology]. *Vestnik RMAT* [Bulletin of the RIAT], 1 (10), pp. 94–98 (in Russ.).
6. Pohepcov, G. G. (2000). *Teorija kommunikacii* [Communication theory]. Moscow, Refl-book; Kiev, Vakler, 576 p. (in Russ.).
7. Solodova, E. A., Efimov, P. P. (2014). Transdisciplinarnost' – sovremennaja pedagogicheskaja tehnologija integracii znaniy [Transdisciplinarity is a modern pedagogical technology knowledge integration]. *Integracija obrazovanija* [Integration of education], 2, pp. 20–24 (in Russ.).
8. Strekalova, N. D., Beljakov, V. G. (2013). *Razrabotka I primeneniye uchebnyh kejsov: prakticheskoe rukovodstvo* [Development and application of training cases: a practical guide]. Sankt-Peterburg, HSE Department of Operational Polygraphy. 80 p. (in Russ.).
9. Sharkov, F. I. (2002). *Osnovy teorii kommunikacii* [Basics of communication theory], Moscow, Perspektiva. 246 p. (in Russ.).
10. Yashin, B. L. (2015). *Kul'tura obshheniya: teoriya I praktika kommunikacij: uchebnoe posobie* [Culture of communication: theory and practice of communication: a tutorial]. Moscow, Direct Media. 243 p. (in Russ.).

**Богданович Галина Юрьевна** – доктор филологических наук, профессор, декан факультета славянской филологии и журналистики, заведующая кафедрой межкультурных коммуникаций и журналистики, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского.  
bgdvnch@mail.ru

**Кочкин Максим Васильевич** – студент 6-го курса кафедры межкультурных коммуникаций и журналистики, Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского.  
kochkinmax@mail.ru