

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ  
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**Інтернаціоналізація вищої освіти України  
в умовах полікультурного світового простору:  
стан, проблеми, перспективи**

МАТЕРІАЛИ ПІ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

(Маріуполь, 18-19 квітня 2018 року)



МАРІУПОЛЬ  
МДУ  
2018

УДК 378.014.53(477)

ББК 74.48.я43

I-73

**Відповідальні редактори:** д.ф-м.н., проф. **М. Стріха**; чл.-кор. НАПН України, д.пед.н., проф. **О. Топузов**; **І. Стокоз**; чл.-кор. НАПН України, д.політ.н., проф. **К. Балабанов**

**Члени редколегії:** проф. **Х. Бакірдіз**; акад. НАН України, чл.-кор. НАПН України, д.соціол.н., проф. **В. Бакіров**; д.філол.н., проф. **О. Бондарева**; д.е.н., проф. **О. Булатова**; проф. **К. Іллюмінаті Поркарі**; проф. **В. Карайоргіс**; д.політ.н., проф. **С. Корнеа**; **О. Кочурін**; д.філос.н., с.н.с. **С. Курбатов**; акад. НАПН України, д.е.н., проф. **А. Мазаракі**; **Н. Оксенчук**; д.політ.н., проф. **І. Оніщенко**; д.філол.н., проф. **О. Павленко**; чл.-кор. НАПН України, д.філос.н., проф. **П. Саух**; к.ю.н. **М. Семенишин**; к.політ.н., проф. **М. Трофименко**; д.соціол.н., проф. **С. Щудло**.

Рекомендовано до друку Вченою радою  
Маріупольського державного університету  
(протокол № 9 від 28.03.2018)

УДК 378.014.53(477)

ББК 74.48.я43

I-73

Інтернаціоналізація вищої освіти України в умовах полікультурного світового простору: стан, проблеми, перспективи : матер. II міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 18-19 квітня 2018 р. – Маріуполь : МДУ, 2018. – 646 с.

Збірник містить тези доповідей учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Інтернаціоналізація вищої освіти України в умовах полікультурного світового простору: стан, проблеми, перспективи», які різнобічно висвітлюють питання інтернаціоналізації вищої освіти; розглядаються фактори, що впливають на створення нових можливостей і підвищення доступності вищої освіти та забезпечення її якості; окремо приділено увагу проблемам нормативно-правового забезпечення розвитку міжнародного співробітництва в сфері вищої освіти України, академічній мобільності, розвитку лідерського потенціалу університетів і конкурентоспроможності сучасних вишів в умовах глобалізації; розглядаються проблеми підготовки вчителя Нової української школи. Видання адресоване науковцям, викладачам, здобувачам вищої освіти.

**Беззубченко О. А., Рибалка І. С.**

### **ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ ВИКЛАДАННЯ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

В дослідженні обґрунтована необхідність застосування активних методів навчання, з використанням нових інформаційних технологій та інноваційних методів викладання дисциплін. Здійснено короткий огляд найбільш широко використовуваних методів та заходів викладання. Підкреслено значення ролевих ігор у викладанні економіки та іноземних мов.

**Ключові слова:** інноваційний метод, рольова гра, викладання.

УДК 373.3: 070.371

**Безчотнікова С. В., Безчотнікова А. О.**

### **ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ЖУРНАЛІСТИКИ ТА РЕКЛАМИ**

*В тезах розглянуто визначення та специфіку застосування в навчальному процесі комунікативної техніки «гейміфікація» для забезпечення механізму моделювання виробничих ситуацій при підготовці фахівців прикладних спеціальностей, а саме: з журналістики та реклами. На основі теорії самодетермінації людини Едварда Л. Десі та Річарда М. Райана, що детально аналізує внутрішню (хочу) та зовнішню (вимушений) мотивацію поведінки людини, виділено три типи потреб: в компетентності, стосунках з іншими людьми та автономії, що затребувані в комунікативних практиках. Гейміфікація може сприяти реалізації мети при моделюванні виробничої ситуації, коли гра уникає конфлікту з існуючими мотиваційними структурами. Вибір складових процесу гейміфікації (динамік, механік, компонентів) потребує уточнення залежно від мети змодельованої виробничої ситуації.*

**Ключові слова:** гейміфікація, потреба, моделювання виробничих ситуацій, теорія самодетермінації

Техніка гейміфікації є однією з найбільш поширених інструментів підвищення мотивації та залучення учасників в комунікаційних практиках різних типів. Сам термін (у дослівному перекладі з англійської «ігрофікація, геймізація»), почав активно використовуватися на початку 2000-х років для визначення підходів, характерних для комп'ютерних ігор в неігрових процесах при створенні програмного забезпечення та веб-сайтів з метою підвищення залученості користувачів. В найширшому семантичному значенні і на сьогодні найбільш вживаному гейміфікацію розуміють як «використання ігрових елементів та ігрових механік в неігровому контексті» [1, с. 36].

У вітчизняній науці окремі аспекти гейміфікації досліджувалися в педагогіці, інформаційних технологіях, економічних науках для вирішення прикладних завдань, наприклад, підвищення рівня ефективності навчання (Макаревич О. О., Бугайчук К. Л. ), покращення комунікаційної взаємодії з клієнтами та їх лояльності (Присакар І. І.), практиці цифрового маркетингу. Більшість прикладних досліджень щодо застосування гейміфікації показали значні результати щодо посилення позитивних тенденцій. Засновник порталу Gamification.com Гейб Цикерманн вважає, що гейміфікація має величезний потенціал, проте дуже потребує структурованих досліджень. Використання цієї технології вже неодноразово доводило свою ефективність, здатність генерувати і консолідувати певні типи поведінки.

Термін «гейміфікація» був уведений у обіг в 1980 році Річардом Бартлі – розробником комп'ютерних ігор та дослідником з Університету Ессекса, одним з авторів багатокористувацьких ігор під назвою MUD. Формування сучасного розуміння терміну базується на основі робіт «Що робить речі цікавими для пізнання» Томаса У. Мелуона та «Чому можуть нас навчити відеоігри у освіті та грамотності» Джеймса Пола Джі, які з'явилися приблизно в той же час в 1980 році. В сучасному розумінні гейміфікація з'явилася у 2003 році, коли Нік Пеллінг відкрив консалтингову компанію «Conundra» для просування товарів народного споживання із застосуванням гейміфікації, проте його ідея не була успішною. Справжню популярність гейміфікація отримала в 2010 році завдяки прикладам, які наочно демонструють характер і ефективність явища в дії. Визначення терміну «гейміфікація» не дуже розрізняється в підходах різних наукових шкіл, наприклад, дослідники «Gartner» розуміють під ним «використання ігрових механік та досвіду проектування задля цифрової привабливості та мотивації людей у своїх цілях» [2, с. 56]. Відомий дослідник у галузі гейм-дизайну Джессі Шелл вважає, що гейміфікація – перетворення чого завгодно у гру [3, с. 34]. М. А. Алчебаєв та А. М. Гайдуков провели порівняння з-поміж визначень терміну і після систематизації отримали наступне «Гейміфікація – комплекс дій, характерних для ігор та націлених на зміну якогось процесу з певною ціллю» [4, с. 3]. Проте, це визначення не враховує важливості розважальної частини, нівелюючи її цінність для усього гейміфікаційного процесу.

Куди більше протиріч та непогоджень викликає відмінність гейміфікації від так званих «серйозних ігор», які вважаються повноцінними іграми, мають інтерфейс взаємодії та націлені на вирішення серйозних практичних завдань. Сам термін з'явився ще у 1970 році завдяки Кларку Абту, який характеризував його як «симуляцію індустріальних, державних, освітніх або особистих процесів» [5, с. 143]. Американський дослідник Кевін Вейрбах, який розділяє ці поняття у своїй книзі «Заохочуй та володарюй», називає серйозні ігри «особливим випадком гейміфікації», хоча на початку

книги зазначає, що «серйозну гру часто плутають з гейміфікацією [1]. Практикуючі спеціалісти вважають, що ці поняття відрізняються тим, що для «серйозної гри» бажана серйозна тема, така як охорона здоров'я, екологія та ін. Співставивши риси серйозної гри та гейміфікації слід звернути увагу на їх близькосторідненість цих явищ, при цьому «серйозну гру» можна розглядати як підвид гейміфікації. В теорії гейміфікації професора Вербаха виділено три категорії ігрових елементів, що можуть бути впроваджені під час гейміфікації: динаміки, механіки та компоненти, що є взаємопов'язаними. Ігрові елементи, які інтерпретовано як набір інструментів для побудови гри, можуть бути предметами, типом стосунків між гравцями, абстрактними поняттями.

Підготовка фахівців в галузі журналістики та реклами, що зорієнтована на практико-орієнтовану модель, потребує моделювання виробничих ситуацій, що можуть бути ефективно реалізовані за допомогою техніки гейміфікації. Потрактуювання американського вченого спирається на психологічну теорію самодетермінації людини Едварда Л. Десі та Річарда М. Райана, що детально аналізує внутрішню (хочу) та зовнішню (вимушений) мотивацію поведінки людини. Теорія самодетермінації в комунікативному аспекті виділяє три типи таких потреб: в компетентності, стосунках з іншими людьми та автономії. Щоб зрозуміти, як гейміфікація може задовольнити потреби навчального процесу варто відповісти на запитання, чи зможе гра уникнути конфлікту з існуючими мотиваційними структурами. Виділивши професійну мотивацію майбутніх фахівців в галузі журналістики та реклами варто співвіднести її з потребами теорії детермінації та вибрати відповідний інструментарій (динаміки, механіки, компоненти) для досягнення конкретної мети змодельованої виробничої ситуації.

#### **Список використаної літератури**

1. Kevin W., H. Dan. The Gamification Toolkit: Dynamics, Mechanics, and Components for the Win. Philadelphia, 2015. 46 p.
2. Explore Like a PIRATE: Gamification and Game-Inspired Course Design to Engage, Enrich and Elevate Your Learners. 254 p.
3. Schell J. The Art of Game Design. Morgan Kaufmann Publ., 2008. 489 p.
4. Гайдуков А., Алчебаев М. Геймификация или мистификация. Мир Транспорта. 2014. URL: <http://curzd.ru:8090/Library/getFile?id=38868> (дата обращения: 25.03.2018).
5. Burke B. Gamify: How Gamification Motivates People to Do Extraordinary Things. Bibliomotion, 2014. 193 p.

**S. Bezhotnykova, A. Bezhotnykova**

#### **GAMIFICATION AS AN INSTRUMENT FOR PROFESSIONALS SKILLS QUALITY IMPROVING IN JOURNALISM AND ADVERTISING**

The thesis examines the definition and specifics of usage in the learning process the communicative techniques «gamification» in order to provide a mechanism for modeling production context in the journalists and advertisers training. On the self-determination theory basis (Edward L. Deci and Richard M. Ryan), which analyzes in details the internal (want) and external (forced) motivation of human behavior, three types of needs are distinguished: competence, relations with other people and autonomy, which are required in communicative practices. Gaming can contribute to the goal of modeling the production context when the game avoids conflict with existing motivational structures. The choice of components of the process of gameplay (dynamics, mechanics, and components) needs to be clarified in appliance with the purpose of the simulated production context.

**Keywords:** gamification, demand, modeling production context, theory of self-determination.

УДК 007: 37.013.159

**Боровик А. А.**

#### **ФОРМУВАННЯ КРИТИЧНОГО МИСЛЕННЯ АУДИТОРІЇ ЩОДО ДІЯЛЬНОСТІ ЗМК**

*У тезах розглядається поняття «критичне мислення», висвітлюються особливості формування критичного мислення щодо діяльності ЗМК. Обґрунтовується необхідність розвитку критичного мислення за допомогою медіаосвіти.*

**Ключові слова:** критичне мислення, медіаосвіта, мас-медіа, медіатекст.

Сьогодні, коли спостерігається стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та системи мас-медіа, з'являється нагальна потреба в цілеспрямованій підготовці особистості до вмілого і безпечного користування ними. Можемо говорити про необхідність формування критичного мислення аудиторії щодо діяльності ЗМК, медіатекстів, форм подачі інформації. Маємо зазначити, що формування критичного мислення аудиторії щодо діяльності ЗМК є одним з пріоритетних завдань медіаосвіти та медіакритики як галузі гуманітарного знання.

На думку Б. В. Зейгарника, сформоване критичне мислення є одним з головних факторів у соціалізації особистості, оскільки особистість як суб'єкт соціальних відносин характеризується автономністю, певним ступенем незалежності від суспільства [1]. Власне, тому даний тип мислення уможлиблює певною мірою відсторонений, суб'єктивний погляд особистості на соціальну реальність й, зокрема, на її медіатизовану версію. Важливо зазначити, що критичне мислення характеризується насамперед більш високим рівнем рефлексивності, більш виразним усвідомленням засобів, підходів