

Издательский дом «Плутон»

Журнал о гуманитарных науках «Гуманитарный трактат»

ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431 УДК 378.001

XXXII Международная научная конференция
«Человекознание»

СБОРНИК СТАТЕЙ КОНФЕРЕНЦИИ

07 января 2019

Кемерово

СБОРНИК СТАТЕЙ ТРИДЦАТЬ ВТОРОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «ЧЕЛОВЕКОЗНАНИЕ»

07 января 2019 г.

ББК Ч 214(2Рос-4Ке)73я431

ISBN 978-5-9907998-6-8

Кемерово УДК 378.001. Сборник статей студентов, аспирантов и профессорско-преподавательского состава. По результатам XXXII Международной научной конференции «Человекознание», 07 января 2019 г. www.gumtraktat.ru / Редкол.:

П.И. Никитин - главный редактор, ответственный за выпуск.

Н.В.Обелюнас - кандидат филологических наук, экс-преподаватель кафедры журналистики и русской литературы 20 века КемГУ, ответственный за финальную модерацию и рецензирование статей.

А.Е. Чурсина – редактор, ответственный за первичную модерацию и рецензирование статей.

С. А. Уталиев – доктор философских наук; Казахско-Русский Международный университет (КРМУ)

С. С. Жубакова - кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной педагогики и самопознания, Евразийский Национальный университет имени Л.Н. Гумилева

И. В. Воробьева - кандидат культурологии, доцент кафедры культурологии Белорусского государственного университета.

Е. В. Суровцева - кандидат филологических наук; Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова.

З. М. Мухамедова - доктор философских наук, профессор кафедры социально-гуманитарных наук; Ташкентский государственный стоматологический институт.

А. А. Бейсембаева - кандидат педагогических наук, профессор кафедры Педагогики и психологии Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана

Х. Б. Норбутаев - кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой начального образования Термезский государственный университет

Г. М. Сыдыкова - кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии Кыргызского Национального университета имени Жусупа Баласагына

Д.Х. Исламова – доктор философии, Ташкентский государственный технический университет

С. С. Байсарина - кандидат педагогических наук, доцент Евразийского национального университета имени Л.Н.Гумилева, профессор РАЕ.

А.О. Сергеева - ответственный администратор[и др.];
Кемерово 2018

В сборнике представлены материалы докладов по результатам научной конференции.

Цель – привлечение студентов к научной деятельности, формирование навыков выполнения научно-исследовательских работ, развитие инициативы в учебе и будущей деятельности в условиях рыночной экономики.

Для студентов, молодых ученых и преподавателей вузов.

Издательский дом «Плутон» www.idpluton.ru e-mail:admin@idpluton.ru

Подписано в печать 07.01.2019 г.

Формат 14,8×21 1/4. | Усл. печ. л. 4.2. | Тираж 300.

Все статьи проходят рецензирование (экспертную оценку).

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Авторы статей несут полную ответственность за содержание статей и за сам факт их публикации.

Редакция не несет ответственности перед авторами и/или третьими лицами и организациями за возможный ущерб, вызванный публикацией статьи.

При использовании и заимствовании материалов ссылка обязательна

Оглавление

1. РАЗВИТИЕ ТЕРМИНА «ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА» В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ4
Паршина А.В.
2. ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ МЕТОД НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ.....8
Гильманова И.С.
3. ГЕЙМОФИКАЦИЯ КАК МЕТОД РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ИНТЕРАКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА.....12
Гильманова И.С.
4. SOME EFFECTIVE STRATEGIES IN LEARNING A NEW LANGUAGE.....17
Садыбекова С.И., Ташенова Ж.А.

Паршина Алена Валерьевна
Студентка Сургутского Государственного университета
Россия, г. Сургут

Parshina Alena Valerevna
Student of Surgut state University Russia, Surgut

УДК 323.2

РАЗВИТИЕ ТЕРМИНА «ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА» В СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ

THE DEVELOPMENT OF THE TERM "POLITICAL CULTURE" IN THE SOCIO-POLITICAL LIFE

Аннотация: В статье рассмотрены особенности становления развития концепта политической культуры, как актуальной темы политологии. Выделены основные направления в трактовке политической культуры на основе анализа трудов зарубежных и российских авторов.

Abstract: The article deals with the features of the formation of the concept of political culture as an actual topic of political science. The main directions in the interpretation of political culture based on the analysis of the works of foreign and Russian authors are identified.

Ключевые слова: политическая культура, политическая сфера, социально-политическая жизнь, политическое общество, политические отношения, концепция.

Key words: political culture, political sphere, social and political life, political society, political relations, concept.

Введение Политическая культура оказывает большое влияние на жизнь нашего общества. Заинтересованность социальных групп, общностей, а также человека в политике обусловлено тем, что они стремятся осуществлять собственные общественно значимые интересы. Однако реализация этих интересов можно определить с помощью присутствия у индивидов и групп тех знаний, умений и способностей, в которых отображено их отношение к государственной власти, политическим институтам, элитам, руководителям и т.д. Эти умения и нравы усваиваются обществом благодаря главенствующей в обществе общественно-политической культуре. Политическую культуру необходимо изучать, поскольку это помогает определить социальные интересы, а также предпочтения народа и социальных групп, уровень осознания гражданами их социальных целей и задач, и их практическую роль в политической жизни.

Таким образом, политическая культура относится к такому явлению духовной жизни народа, на основании которого можно судить об уровне политического развития общества. Политическая культура находит свое отражение в различных общественных движениях: в политических партиях, общественных организациях, политических движениях, трудовых коллективов и так далее.

Изучать историю политической культуры за рубежом начали еще в прошлом столетии. Существует достаточно точек зрения зарубежных исследователей по поводу культуры в целом и как она связана с политикой.

«Впервые понятие «политическая культура» введено в научный оборот немецким философом в XVIII веке в 1784 году в работе «Идеи к философии истории человечества» Иоганном Гердером. Периодом систематизированного изучения феномена политической культуры за рубежом стал XX век. Исследователь О.В. Гаман-Голутвина, рассматривая и изучая развитие термина политическая культура, выделяет «три этапа»:

1. 1920–1930-е гг. На данном этапе ведущим направлением стало изучение возможностей достижения социальной стабильности, этот период связан с именем Ч. Мериама, осуществившего в 1928–1938 годы серию сравнительных исследований политической культуры в различных странах;
2. 1960-е годы, поставившие в повестку дня реформу политической системы;

3. Рубеж 1980–1990-х годов, отмеченный распадом политической системы государственного социализма в СССР и странах Восточной Европы».

Автор пишет о том, что «именно второй и третий периоды связаны с пиком интереса к феномену политической культуры, только в 50-60 годы XX века о «политической культуре» заговорили как о четко оформленном концепте» [3, 39].

Следует отметить тот факт, что определение понятия политическая культура возникло в качестве предмета более глубокого изучения в 50-60-е годы XX века, не случайно, а по причине того, что пришло «осознание ограниченности институционального подхода в социально-политических исследованиях» [3, 39]. Именно в этот период времени в зарубежной науке сложились основные ветви направления изучения политической культуры в структуру которых входили различные концепции.

Бесспорно, основоположником систематизированного изучения политической культуры считается Г. Алмонд. Данный термин был введен в политическую науку американским политологом, в статье «Сравнительные политические системы», вышедшей в 1956 году. Работы Г. Алмонда и С. Вербы, посвященные политической культуре, получили признание широкой научной общественности. Но есть некоторые особенности этого подхода, которые вызвали критику в свой адрес. Критики в частности отмечали, что Г. Алмонд и С. Верба преувеличивают значение связи между набором социально-политических установок и функционированием политической системы, поэтому их подход имеет невысокую прогностическую значимость. Многие выводы, сделанные в 1960-е годы авторами «Гражданской культуры», не подтвердились.

В широком смысле трактовали политическую культуру такие исследователи как Д. Меревик и Л. Дитмер, Р. Таккер. Авторы писали о том, что политическая культура есть отношение государства и граждан, национальный характер и черты политического сознания, говоря о том, что понятия политическая культура и политическая система являются тождественными. Рассматривая данную трактовку политической культуры, Г. Алмонд и С. Верба писали о том, что Р. Таккер понимал политическую культуру так: «политическая культура есть привычный образ жизни общества, включающий как принятые способы мышления, так и принятые образцы поведения.

Политическая культура – это те элементы культуры, которые имеют отношения к правлению и политике» [4, 152].

На процесс развития концепции политической культуры в западной политологии огромное воздействие оказали идеи концепции социального воздействия и концепции культуры Т. Парсонса.

«Т. Парсонс рассматривает политику, политическую культуру (хотя этот термин тогда еще не применялся) как составную часть системы культуры, поскольку она выполняет, по сути, те же функции, что и культура (в частности, функцию целеполагания, интеграции)» [6, 51].

«В течение последних пяти десятилетий концептуализация понятия политической культуры осуществлялась в рамках ряда ведущих подходов к определению сущности этого феномена. В качестве таковых выступали следующие направления:

а) психологическое (Г. Алмонд, С. Верба, Б. Пауэлл), в контексте которого культура рассматривалась в качестве системы ориентаций на политические ценности;

б) объективистское (Д. Истон), исходившее из понимания культуры в качестве функционального ограничителя поведения людей;

в) эвристическое (Л. Пай), трактующее культуру как познавательную конструкцию, имеющую ценность в исследовательских целях;

г) «всеобъемлющее», интерпретирующее культуру как синтетическое единство установок и политического поведения людей» [3, 40].

Также политическую культуру изучали такие ученые как Л. Уайт, Л. Пай, К. Гирц, Р. Карр, Д. Гарднер и другие.

Л. Уайт включает политическую культуру в состав социальной культуры, которая является одной из подсистем интегрированной системы культуры. «Политическая культура существенно зависит от общей культуры страны, многие социологи и политологи подчеркивают принципиальные различия политических культур стран Запада и Востока» [7, 33].

Достаточно широкую трактовку дает американский политолог Л. Пай. Он включает в определение «политическая культура» такие составляющие, как политическая идеология, национальный характер и дух, национальная политическая психология и фундаментальные ценности народа.

«Помимо представления о политической культуре как социально-психологическом явлении, существует так называемый «социетальный» подход. Его сторонники рассматривают политическую культуру как свойство социальных коллективов, имеющее корни в исторически обусловленных социальных практиках и наборах смыслов, которые определяют действия индивидов и функционирование институтов. Эта точка зрения предполагает изучение политической культуры посредством исследования влияния исторического наследия на развитие и изменение социальных и институциональных практик» [5].

«Концепция «политической культуры» стала довольно популярной. Интерес к ней несколько снизился в 1970-1980-е гг., но в 1990-е гг. произошло его возрождение. В 1990-х гг. в исследованиях гражданской культуры появилось новое направление – изучение доверия и состояния гражданского общества.

Эти изменения были связаны с именем Р. Патнэма, его книгой «Чтобы демократия сработала» и введением в научный оборот термина «социальный капитал». Другое существенное изменение в исследовании политической культуры – попытка синтезировать традиционные и новые подходы к этому явлению с помощью «новой культурной теории», предпринятая М. Дугласом и А. Вильдавски. Дополнительный динамизм в процесс изучения политической культуры внес анализ сочетания микроуровня (ориентации граждан) и макроуровня (страновые исследования)» [5].

Стоит обратить внимание, что в западной политологии существует большое разнообразие определений политической культуры:

«Политическая культура – подразумевает специфические политические установки в отношении политической системы и ее различных частей и установки по отношению к собственной роли в системе» [1]. (Г. Алмонд, С. Верба).

Политическая культура – форма общественного сознания или психического склада социума, не включающая при этом все практические, поведенческие формы своего существования» [2]. (Г.А. Алмонд, С. Верба, Д. Дивайн и др.).

Политическая культура – «проявление нормативных требований или совокупность типичных образцов поведения человека в политике (С. Вайт, Дж. Плейно)» [2].

Политическая культура – способ или образ общественно-политической деятельности человека, который подразумевает выражение его ценностных ориентаций в практическом действии (П. Шаран, В. Розенбаум) [2].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в политической науке не сформировалось четкого определения понятия «политическая культура». Существует два подхода к трактовке данного понятия:

Первый подход включает в себя более широкую трактовку определения политической культуры. То есть политическая культура – это отношения государства и общества, образ жизни и поведение людей в политической сфере в целом. В данном подходе понятие политической культуры аналогично с понятием политическое сознание.

Второй подход более узкий и дает конкретное определение понятию политической культуры. К данному подходу можно отнести определение Г. Алмонда и С. Вербы, что политическая культура – это особый тип ориентаций, который направлен на поведение людей и их участия в политической системе в целом.

Библиографический список:

1. Алисова Л.Н., Голенкова З.Т. Политическая социология. URL: http://society.polbu.ru/alisova_politsociology/ch12_i.html
2. Баранов Н.А., Пикалов Г.А. Теория политики. URL: http://read.virmk.ru/b/BARANOV_POLITICA/23.htm
3. Гаман-Голутвина О.В. Развитие категории «политическая культура» в общественно-политической мысли // Политекс. – №10 – 2005. – С. 39-49.
4. Корниенко Т.А. Политическая культура в зарубежной и российской политической мысли: востребованность или неопределенность концепта? // Каспийский регион: политика, экономика, культура. – № 2 – 2011 – С. 148-160.
5. Мелешкина Е.Ю. Политическая культура. URL: <http://lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:01106>
6. Шлык Л.Н. Политическая культура в системе культуры общества. // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. – №4. – 2010. – С. 51-53.

7. Кирдина С. Г. Институциональные матрицы и развитие России. // Новосибирск. – №1 – 2001 – С. 140-144

Гильманова Инна Сергеевна
Gilmanova Inna Sergeevna

Магистр Башкирского Государственного Педагогического Университет им. Акмуллы,
факультет психологии, направление организационная психология

УДК 371.3

ГЕЙМИФИКАЦИЯ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ МЕТОД НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ

GAMIFICATION AS A MODERN PSYCHOLOGICAL METHOD OF NON-MATERIAL MOTIVATION

Аннотация. В статье раскрывается тема использования игровых методик в неигровых сферах. Анализ научных работ позволил сделать выводы о том, что геймификация является методом нематериальной мотивации к деятельности, так как игра позволяет развивать логику преодоления препятствий, состязательность, активность с помощью призовых стимулов. Геймификация способствует улучшению качества коммуникации в команде, выявлению лидеров, снижению количества конфликтов, повышению общего уровня производительности труда, стимулированию учащихся к учебной деятельности и др. Использование игровых методов повышает интерес, поощряет действия, представляет собой комплекс мотивационных управленческих техник.

Annotation. The article reveals the use of gaming techniques in non-gaming areas. The analysis of scientific works made it possible to draw conclusions that gaming is a method of non-material motivation for activity, since the game allows us to develop the logic of overcoming obstacles, competitiveness, activity with the help of prize incentives. Gamification helps improve the quality of communication in the team, identify leaders, reduce the number of conflicts, increase the overall level of productivity, stimulate students to learn activities, etc. The use of gaming methods increases interest, encourages action, is a set of motivational management techniques.

Ключевые слова: геймификация, игровые механики, мотивация, игровое обучение.

Key words: gamification, game mechanics, motivation, game learning.

Постановка проблемы. На сегодня управление персоналом с элементами игры и социальных сетей внутри компании является чрезвычайно эффективным инструментом, способствует повышению мотивации к работе, качества выполнения (за счет соперничества), укреплению команды (при условии, что сам руководитель принимает участие в игре), стимулированию творчества коллектива (заставляет мыслить по-другому, открывает новые горизонты), выявлению новых талантов (игра равняет людей, их возможности, позволяет выйти за рамки привычной работы).

Актуальность исследования. В 2010 году в употребление стремительно вошел термин «геймификация». Речь идет об использовании игровых технологий в неигровых сферах. Ранние примеры геймификации основывались на вознаграждении людей, которые делились своим опытом на таких платформах, как Foursquare и Gowalla. Человек «чекиниться» в определенном учреждении и получает за это баллы вознаграждения, по достижении определенного количества наград ему присуждают медаль со статусом.

По заключению Gartner, в начале 2010-х годов геймификация стала одним из ключевых трендов в информационных технологиях для организаций, а в 2015 технологиями геймификации воспользовались до половины всех организаций [6].

Целью статьи определяем обоснование необходимости использования игровых технологий (геймификация), как эффективного способа, который способствует созданию условий для формирования активного профессионального поведения и мотивации.

Анализ исследований и публикаций. Анализ научных работ по проблеме применения игровых технологий в образовательном пространстве определил актуализацию учеными нового направления, представленного как современный способ обогащения образовательного процесса. В работах К. Вербаха, Д. Хантера, Ю. Чоу, Г. Зихерманна, А. Клегга, речь идет о так называемой геймификация.

За последние годы использование игровых приемов в неигровых процессах приобретает большую популярность. Это течение, которое охватывает мир в различных сферах, в образовании в

том числе, получило название геймификация, что понимается как обеспечение реализации достаточно сложных задач привлекательным, интересным, захватывающим способом [5].

По словам Г. Зихермана, геймификация - это использование технологий и так называемых игровых «механик» для привлечения и мотивации людей с помощью их ключевых внутренних стимулов. Ученый считает, что потребители должны вознаграждаться за любую деятельность получением определенного статуса, который приобретается в процессе игр [7].

Один из ведущих экспертов по геймификации Ю. Чоу определяет ее как применение самых интересных элементов из игр в повседневной жизни, работе, бизнесе и др. [4].

К. Вербах отмечает мотивационную функцию геймификации, которая позволяет активизировать деятельность людей. Соглашаясь с этим, Д. Хантер отмечает, что геймификация позволяет не только создавать новые игры, но и использовать их компоненты для мотивации человека [2; с. 98]. Так, любой компонент игры (бейджи, аватар, подарок) может быть использован вне формата игры – для формирования у человека причастности к определенной среде.

Изложение основного материала. Геймификация описывает широкую тенденцию использования игровой техники для неигровых условий, таких как инновации, маркетинг, обучение, работа сотрудников, здравоохранения и социальных изменений. По мнению Брайана Берка, аналитика Gartner, архитекторы предприятия, ИТ-директора и ИТ-планировщики должны оценивать возможности организации через игровые технологии [9].

Геймификация - применение игровых механик, характерных для видеоигр, в программных инструментах для неигровых сфер с целью привлечения пользователей и потребителей, повышения их заинтересованности в решении прикладных задач, использования продуктов и услуг. Геймификация эксплуатирует известное свойство мозга: ему очень нравится получать вознаграждение за проделанную работу. Медали, бейджики, баллы, бонусы- все что угодно, главное, чтобы играя люди начинали шевелиться. К.Вербах считает, что игра оживляет рутину и приводит в пример собственный учебный курс в бизнес-школе [8].

Геймификация просто делает работу более приятной и увлекательной, ведь в игре сосредоточено множество точек мотивации - состязательность, призовые стимулы, логика преодоления препятствий. Проще говоря, работа не становится игрой, но работник начинает теперь работать так, словно играет.

Работники, находясь в игре и используя соревновательные механики, направленные на выявление лидера, победителя, повышают качество работы в целом: ведь лидером станет только один, а стремиться к этому будут все (или основная часть коллектива).

Что может быть недостатком геймификации? Непонимание целей и задач и неумение внедрять игровые механики. Далеко не всем сотрудникам интересно участвовать в соревновании, ведь это может быть вызвано такими факторами, как неуверенность в собственных силах, пассивная жизненная позиция или сомнения в существовании призового фонда.

Все чаще мы встречаемся с инфографикой (графическое визуальное представление информации, данных или знаний, предназначенных для быстрого и четкого отображения комплексной информации) [1; с. 126].

Не секрет, что образование становится неэффективным, скучным и длительным, поэтому геймификация предлагает оживить его с помощью Интернета и современных мультимедийных технологий. Работа может проходить как MMORPG игра (Многопользовательская онлайн ролевая игра - это компьютерная сетевая ролевая онлайн-игра, где взаимодействие происходит между участниками в виртуальном мире).

Исследования показывают, что использование игровых механик влияет на осознание смысла деятельности, обеспечивает выявление уровня мастерства, способствует автономии, а также создает взаимодействие. Основатель и генеральный директор компании Геймэффектив (GamEffective) ГэлРимон выделил ряд преимуществ использования геймификации в профессиональной среде, которые можно применить и в образовательном пространстве также [6]:

1. Объективность.

Одним из принципов геймификации является переход к постоянному и автоматическому сбору данных. Это означает, что, например, снижается вероятность субъективности сотрудника компании от настроения менеджера, в образовании - оценки студента от настроения преподавателя.

2. Обратная связь.

Геймификация позволяет постоянно обеспечивать сотрудников / студентов автоматической

обратной связью. Используя различные доски лидеров можно осознать свою динамику и сравнивать ее с показателями, установленными ранее, или сравнить свои достижения с достижениями других людей. Обратная связь является одним из наиболее важных элементов геймификации, поскольку она позволяет пользователям постоянно понимать качество и целесообразность собственной деятельности.

3. Признание.

Исследования показали, что то, как мы себя чувствуем на рабочем месте, является не менее важным фактором. Безусловно, важным для человека является признание его окружением качества выполняемой работы. Итак, геймификация может демонстрировать, кто, как и насколько качественно и серьезно выполняет то или иное задание.

4. Мастерство.

Игра позволяет улучшить уровень любых умений. Осознание развития определенного умения являются одним из наиболее важных аспектов профессионального успеха. Геймификация шаг за шагом позволяет упрощать нагрузку и наблюдать как со временем все новое становится легким.

5. Мотивация для всех.

Геймификация актуальна для всех, кто входит в этот процесс. Она позволяет улучшать свои результаты не только лидерам рейтинга, но и каждому участнику игры.

6. Перспектива.

Еще одним из преимуществ геймификации является то, что это эффективный способ донесения до сотрудников дальнейших целей совместной деятельности.

7. Обучение

Возможность профессионального развития является привлекательным бонусом при выборе места работы. Сейчас это возможно сделать, используя интерактивные платформы электронного обучения, которые могут быть интегрированы в аспекты работы. Геймификация может стать значимой в образовательном пространстве. Ее потенциал - большой фактор для формирования активной профессиональной деятельности[11].

Использование сервис-программ позволяет справедливо организовать рейтинг студентов, становится основой для начисления стипендии. Рейтинги открыто демонстрируют уровень достижений каждого участника, способствует его мотивированности к активности. Для большинства пользователей рейтинги служат стимулом перемещения, которым трудно пренебречь.

Довольно часто игра требует от игрока использования его временных ресурсов, что оговаривается в монотонности определенных игровых процессов. В то же время грамотно спланированное и реализованное геймифицированное пространство, в котором пользователь осознает свой прогресс, помогает выполнить задание любой сложности быстрее и с интересом.

С рациональной точки зрения, считается, что акционность (коммерческие бонусы) способствуют увеличению клиентов. В то же время человек как эмоциональное существо тяготеет к статусности, а значит, предложив в процессе геймификации ему особый (не такой, как у других) статус, мы привлекаем ее к себе, актуализируем ее активность.

Конечно же, важным популярным инструментом игрового обучения являются сложные игры-стратегии вроде «Civilization V». Ничто не поможет лучше осознать и понять целый комплекс факторов политической деятельности государства в разные времена: игроку ведь приходится учитывать и дипломатические отношения с соседями, и ресурсы, и инфраструктуру, и многое другое. Исторические симуляторы позволяют отлично усваивать не только знания об эпохах, но и учиться усидчивости, развивать аналитическое и стратегическое мышление, взаимодействовать [10; с. 449].

Итак, геймификация - это техника для мотивации, а игровое обучение - это техника, которая непосредственно использует игру как инструмент. Геймификация не научает, в отличие от конкретной игры, а только повышает интерес, поощряет учеников[3].

Заключение. Главное преимущество геймификации заключается в ее мотивационных свойствах. Прежде всего, это состязательный характер, который повышает общий уровень качества и скорости работы. В рамках рассмотрения онлайн-обучения, геймификация дает дополнительные стимулы, которые помогают учащимся поддерживать внутреннюю мотивацию. Качественно выстроенная геймификация, позволит учебным платформам (LMS), которые пользуются указанными технологиями, получить конкурентные преимущества в сравнении с традиционными подходами. При этом наиболее важным аспектом внедрения геймификация является системный подход.

Библиографический список:

1. Барбер Майкл. Обучающая игра: аргументы в пользу революции в образовании. — М., 2007, — 349 с.
2. Добролюбов Е. Система материального и нематериального стимулирование персонала / Е. Добролюбов // Банковские технологии. - 2012.- №3. - С.98.
3. Егоршин А.П. Мотивация трудовой деятельности: учеб.пособие. / А.П. Егоршин. - 3-е изд., Перераб и доп. - М: ИНФРА-М, 2014.
4. Геймификация как фактор повышения эффективности образовательного процесса Туровец Александр Михайлович. [Электронный ресурс] – Режим доступа: elib.bsu.by/handle/123456789/43269
5. Геймификация и UX (userexperience), когда игроки побеждают или проигрывают. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.cmsmagazine.ru/library/items/usability/gamification-ux-users-win-lose/>
6. Мазелис А. Л. Геймификация в электронном обучении Gamificationine-learning. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.vvsu.ru/files/D662423D-D398-421A-9671-213199E1880E.pdf>
7. Ница А. Геймификация в образовании. /Алексей Ница. [Электронныйресурс] // Теплица социальных технологий. — Режим доступа: <http://test.ru/2012/12/21/gamification-education/>
8. Стамблер М. Игровые технологии в гражданских приложениях и образовании. /Мария Стамблер. [Электронный ресурс]. //Контракты. 2012. — № 40. — Режим доступа: <http://test.ru/2012/11/12/gamificationedu-ngo/>
9. Gartner: Строить бизнес-процессы будем играючи. [Электронный ресурс]— Режим доступа: <http://www.management.com.ua/tend/tend394.html>
10. Laskowski, Maciej. Student projects as an addendum to university study path[Текст] / М. Laskowski // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — №10. — С. 447–451.
11. Usability 101: Introduction to Usability. [Электронныйресурс] – Режимдоступа: <http://www.mngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability>

Гильманова Инна Сергеевна
Gilmanova Inna Sergeevna

Магистр Башкирского Государственного Педагогического Университет им. Акмуллы,
факультет психологии, направление организационная психология

УДК 159.923

ГЕЙМОФИКАЦИЯ КАК МЕТОД РАЗВИТИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ ИНТЕРАКТИВНОСТИ ПЕРСОНАЛА

GAMEFEMALE AS A METHOD OF DEVELOPMENT OF COMMUNICATIVE INTERACTIVITY PERSONNEL

Аннотация. В статье раскрывается тема использования игровых методик в неигровых сферах. Анализ научных работ позволил сделать выводы о том, что геймификация является методом развития коммуникативной компетентности персонала, так как игра позволяет развивать логику преодоления препятствий, состязательность, интерактивность и вовлеченность. Использование игровых методов повышает интерес персонала к трудовой деятельности и как следствие повышает эффективность.

Annotation. The article deals with the use of gaming techniques in non-gaming areas. The analysis of scientific works has allowed to draw conclusions about what gamification is a method of development of communicative competence of staff, because the game allows you to develop the logic of the overcoming of obstacles, competition, interactivity and engagement. The use of game methods increases the interest of staff to work and as a result increases efficiency.

Ключевые слова: геймификация, интерактивность, коммуникативная компетентность, игровое обучение.

Key words: gamification, interactivity, communicative competence, game training

В настоящее время, направленность деятельности многих отделов по развитию персонала в организации нацелена на повышение мотивации сотрудников компании в работе и развитие их ключевых компетенций эффективными методами с наименьшими затратами.

Одним из набирающих популярность методов нематериальной мотивации персонала является геймофикация, ее изучение началось лишь в 2008, а широкое распространение этот термин получил только в 2010 г. [2].

С помощью данного метода, суть которого заключается в использовании игровых техник и принципов, возможно осуществить эффективное обучение персонала необходимым навыкам. При достижении цели развития сотрудников организации, достоинства метода геймофикации заключаются в создании условий для максимального вовлечения всех участников процесса, что гарантирует высокий уровень внимания в процессе обучения, а значит высокие результаты обучения.

Основными компетенциями, над развитием которых трудится отдел по работе с персоналом, являются коммуникативные компетенции, отражающие перцептивно-интерактивные навыки: взаимопознание (степень адекватности оценки личностных особенностей партнеров по взаимодействию); взаимопонимание (умение понять точку зрения другого человека); взаимовлияние (степень значимости мнения, поступков других представителей группы, саморефлексия); социальная автономность (значимость личной позиции в совместной деятельности); социальная адаптивность (гибкость поведения, контактность внутри коллектива); социальная активность (эффективность совместной деятельности) [1]. Подобные особенности взаимодействия включены в содержание понятия «коммуникативная интерактивность», которая является основой не только благоприятного социально-психологического климата в трудовом коллективе, но также важным инструментом в подъеме по карьерной лестнице. Вышеизложенные доводы обуславливают актуальность изучения геймофикации как метода развития коммуникативной интерактивности персонала.

Гипотеза исследования заключалась в предположении о том, что существуют различия в показателях коммуникативной интерактивности между сотрудниками организации, проходившими и не проходившими тренинг развития коммуникативных навыков. В исследовании приняло участие 60 сотрудников организации Башнефть в возрасте от 27 до 46 лет, из них 32 человека посетило тренинг развития коммуникативных навыков (экспериментальная группа), 32 человека – не посетило

(контрольная группа).

Для диагностики коммуникативной интерактивности была использована методика диагностики перцептивно-интерактивной компетентности (Н.П. Фетискин) [1].

Представление результатов исследования произведено с точки зрения сравнения, полученных данных по методикам между сотрудниками посетившими (экспериментальная группа) и не посетившими (контрольная группа) тренинг развития навыков коммуникативных компетенций с использованием метода геймофикации.

Результаты диагностики коммуникативной интерактивности сотрудников организации экспериментальной и контрольной групп до и после прохождения тренинга (замер 1,2) представлены на рисунке 1.

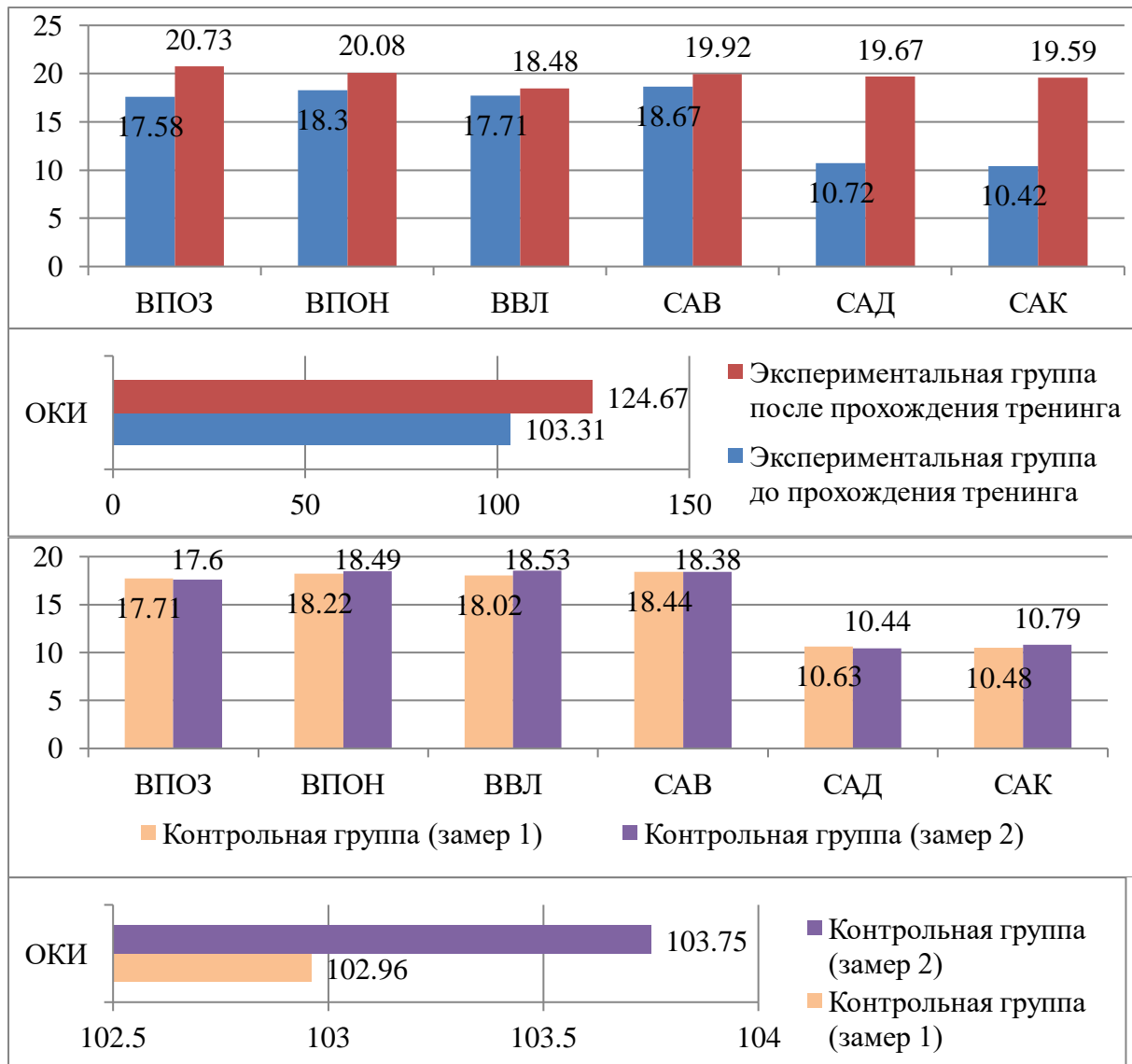


Рис.1. Коммуникативная интерактивность сотрудников экспериментальной и контрольной групп до и после прохождения тренинга (замер 1,2)

Примечание: взаимопознание – ВПОЗ; взаимопонимание – ВПОН; взаимовлияние – ВВЛ; социальная автономность - САВ; социальная адаптивность - САД; социальная активность – САК; общий уровень коммуникативной интерактивности – ОКИ.

На основании данных представленных на рисунке 1, можно сказать, что сотрудники организации экспериментальной группы до и после прохождения тренинга, а также контрольной группы (замер 1, 2) характеризуются средним уровнем взаимопознания, взаимопонимания, взаимовлияния и социальной автономности. Это означает, что сотрудники организации экспериментальной группы до и после прохождения тренинга, а также контрольной группы (замер 1, 2) не всегда способны оценивать адекватно личностные особенности партнеров по взаимодействию (взаимопознание); порой не понять точку зрения другого человека, что может привести к

повышенной конфликтности в общении (взаимопонимание). Сотрудники не всегда способны оказать влияние на других людей в процессе общения (взаимовлияние). В тоже время сотрудники экспериментальной и контрольной группы до и после тренинга характеризуются средним уровнем социальной автономности, которая проявляется в значимости личностной позиции в совместных действиях, стремлении отстоять собственную точку зрения при организации или участии в совместной деятельности (социальная автономность).

Сотрудникам организации экспериментальной группы до тренинга и контрольной группы (замер 1, 2), свойственен низкий уровень социальной адаптивности и социальной активности. Это свидетельствует о низкой гибкости поведения, конфликтности, неспособности изменить свою точку зрения, отстаивании своей правоты (социальная адаптивность); об эгоцентрической ориентации во взаимодействии с другими людьми, малой значимости совместной деятельности (социальная активность). Подобные характеристики лишь в небольшой степени присущи сотрудникам организации экспериментальной группы после прохождения тренинга с использованием метода геймофикации, такие сотрудники характеризуются средним уровнем социальной адаптивности и социальной активности.

В целом, у сотрудников организации экспериментальной группы до тренинга и контрольной группы (замер 1, 2) был выявлен пониженный уровень коммуникативной интерактивности. Сотрудники экспериментальной группы после прохождения тренинга с использованием метода геймофикации характеризуются средним уровнем коммуникативной интерактивности.

Проверим с помощью U-критерия Манна-Уитни (для независимых выборок) и G-критерия знаков (для зависимых выборок) следующие предположения:

- экспериментальная и контрольная группа не отличаются друг от друга в показателях коммуникативной интерактивности до прохождения тренинга;
- экспериментальная и контрольная группа отличаются друг от друга в показателях коммуникативной интерактивности после прохождения тренинга;
- экспериментальная группа после прохождения тренинга отличается от экспериментальной группы до прохождения тренинга в показателях коммуникативной интерактивности после прохождения тренинга;
- показатели коммуникативной интерактивности сотрудников контрольной группы (не проходивших тренинг) остались без изменений.

Результаты представлены в таблице 1 и 2.

Таблица 1

Различия в коммуникативной интерактивности сотрудников экспериментальной и контрольной групп до и после прохождения тренинга

Переменная	До прохождения тренинга (замер 1)		U-критерий Манна-Уитни	Уровень значимости (p)	После прохождения тренинга (замер 2)		U-критерий Манна-Уитни	Уровень значимости (p)
	Экспериментальная группа	Контрольная группа			Экспериментальная группа	Контрольная группа		
ВПОЗ	17,58	17,71	475	0,6	20,73	17,6	315	0,002
ВПОН	18,3	18,22	488	0,7	20,08	18,49	367,5	0,04
ВВЛ	17,71	18,02	473	0,6	18,48	18,53	406	0,2
САВ	18,67	18,44	488,5	0,7	19,92	18,38	404,5	0,2
САД	10,72	10,63	488	0,7	19,67	10,44	301,5	0,001
САК	10,42	10,48	496,5	0,8	19,59	10,79	344	0,02
ОКИ	103,31	102,96	474	0,6	124,67	103,75	298	0,001

Примечание: достоверные различия выделены жирным шрифтом. Взаимопознание – ВПОЗ; взаимопонимание – ВПОН; взаимовлияние – ВВЛ; социальная автономность - САВ; социальная адаптивность - САД; социальная активность – САК; общий уровень коммуникативной интерактивности – ОКИ.

Исходя из результатов, представленных в таблице 1, можно сказать, что экспериментальная и контрольная группа не отличаются друг от друга в показателях коммуникативной интерактивности до прохождения тренинга с использованием метода геймофикации, так как эмпирическое значение критерия не достигает уровня статистической значимости по всем переменным ($p > 0,05$).

Сотрудники организации экспериментальной группы после прохождения тренинга, в отличие от сотрудников организации контрольной группы, в большей степени способны оценивать адекватно личностные особенности партнеров по взаимодействию (взаимопознание) ($U_{эмп} = 315$ $p=0,002$); в большей степени способны понять точку зрения другого человека (взаимопонимание) ($U_{эмп} = 367,5$ $p=0,04$); в большей степени способны к гибкости поведения, изменению своей точки зрения (социальная адаптивность) ($U_{эмп} = 301,5$ $p=0,001$); в большей степени придают значимость совместной деятельности (социальная активность) ($U_{эмп} = 344$ $p=0,02$). Общий уровень коммуникативной интерактивности у сотрудников организации экспериментальной группы после прохождения тренинга выше, чем у сотрудников организации контрольной группы после прохождения тренинга ($U_{эмп} = 298$ $p=0,001$).

Таблица 2

Различия в коммуникативной интерактивности сотрудников экспериментальной и контрольной групп до и после прохождения тренинга

Переменные	экспериментальная группа		G-критерий знаков	Уровень значимости (p)	контрольная группа		G-критерий знаков	Уровень значимости (n)
	До	После			До	Через (n) дней		
ВПОЗ	17,58	20,73	8,788	0,03	17,71	17,6	35,496	0,7
ВПОН	18,3	20,08	8,769	0,03	18,22	18,49	32,144	0,6
ВВЛ	17,71	18,48	15,283	0,2	18,02	18,53	35,337	0,7
САВ	18,67	19,92	15,495	0,2	18,44	18,38	39,376	0,8
САД	10,72	19,67	7,329	0,002	10,63	10,44	35,269	0,7
САК	10,42	19,59	8,540	0,02	10,48	10,79	34,613	0,7
ОКИ	103,31	124,67	6,498	0,001	102,96	103,75	32,482	0,6

Примечание: достоверные различия выделены жирным шрифтом. Взаимопознание – ВПОЗ; взаимопонимание – ВПОН; взаимовлияние – ВВЛ; социальная автономность - САВ; социальная адаптивность - САД; социальная активность – САК; общий уровень коммуникативной интерактивности – ОКИ.

Исходя из результатов, представленных в таблице 2, можно сказать, что сотрудники экспериментальной группы после прохождения тренинга с использованием метода геймофикации, в отличие от сотрудников до прохождения тренинга, в большей степени способны оценивать адекватно личностные особенности партнеров по взаимодействию (взаимопознание) ($G_{эмп} = 8,788$ $p=0,03$); в большей степени способны понять точку зрения другого человека (взаимопонимание) ($G_{эмп} = 8,769$ $p=0,03$); в большей степени способны к гибкости поведения, изменению своей точки зрения (социальная адаптивность) ($G_{эмп} = 7,329$ $p=0,002$); в большей степени придают значимость совместной деятельности (социальная активность) ($G_{эмп} = 8,540$ $p=0,02$). В целом, общий уровень коммуникативной интерактивности у сотрудников организации экспериментальной группы после прохождения тренинга выше, чем до прохождения тренинга ($G_{эмп} = 6,498$ $p=0,001$).

Показатели коммуникативной интерактивности сотрудников контрольной группы (не проходивших тренинг) остались без изменений, так как эмпирическое значение критерия не достигает уровня статистической значимости по всем переменным коммуникативной интерактивности ($p > 0,05$).

Сотрудники, прошедшие тренинг развития коммуникативных навыков, основным методом которого является геймофикация, более адекватно оценивают личностные особенности партнеров по взаимодействию, в большей степени способны понять точку зрения другого человека; характеризуются большей гибкостью и вариативностью поведения; отличаются большей готовностью к изменению своей точки зрения; в большей степени придают значимость совместной

деятельности; в целом, демонстрируют более высокий общий уровень коммуникативной интерактивности в отличие от сотрудников контрольной группы (1 и 2 замер) и экспериментальной группы до прохождения тренинга.

Таким образом, гипотеза о существовании различий в показателях коммуникативной интерактивности между сотрудниками организации, проходившими и не проходившими тренинг развития коммуникативных навыков, подтвердилась. Подтверждение гипотезы исследования позволяет говорить о том, что геймофикация как метод развития коммуникативных компетенций персонала достаточно эффективен.

Библиографический список:

1. Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп [Текст] / Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов –М.: Институт психотерапии, 2002. – 188 с.
2. Deterding S. et al. From game design elements to gamefulness: Defining 'gamification' // Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments. ACM, 2011. – p.9-15.

Sadybekova Salima Izbaskankyzy
PhD, associate professor

Tashenova Zhanat Aktayevna
senior lecturer
Korkyt Ata Kyzylorda State University

Садыбекова Салима Избасканкызы
кандидат филологических наук, доцент

Ташенова Жанат Актаевна
старший преподаватель
Кызылординский государственный университет им. Коркыт Ата

УДК 37

НЕКОТОРЫЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ИЗУЧЕНИЯ НОВОГО ЯЗЫКА

SOME EFFECTIVE STRATEGIES IN LEARNING A NEW LANGUAGE

Аннотация: Широкий спектр стратегий полезен в изучении иностранного языка. Тем не менее, некоторые из них наиболее полезны при обучении навыкам разговорной речи, а другие лучше всего подходят для обучения навыкам письма. Вместе с тем, имеются наиболее эффективные стратегии для начинающих изучение иностранного языка и эффективные стратегии, предпочитаемые обучающимися на более продвинутом уровне. Активные, организованные студенты выбирают более подходящие им стратегии, в то время как другие, которые полагаются на свою интуицию и используют свое воображение, предпочитают другие методы.

В связи с этим, крайне важно выбрать наиболее подходящую стратегию, поскольку та, что может быть полезной для одного обучающегося, может не соответствовать требованиям другого.

Abstract: Wide range of strategies is of great significance in learning a new language. However, some of them are most useful for learning speaking skills, while others work best for writing skills. If some of them are most effective for beginners, the others are preferred by advanced learners. Systematic, organized students choose some strategies which work well for them, while learners who rely on their intuition and use their imagination prefer others.

Therefore, it is of critical importance to choose the appropriate strategy that is good for one person and might not be good for the other one.

Ключевые слова: обучающие стратегии, навыки обучения, иностранный язык, эффективный подход, обучаемый

Key words: learning strategies, learning skills, foreign language, effective approach, language learner

Using appropriate strategies plays a facilitating role in enhancing *everyone's* language understanding and makes better progress in learning foreign language in a general context. It may safely be said that even in a case of someone whose language aptitude appears to be less than that of anyone else, the use of good strategies will contribute to overcoming the problem [1, 18].

Foreign language learning takes a sense of adventure and a certain amount of experimentation on a part of learner. The appropriate and more successful strategies promoting improvement of new language learning need some specific steps for large numbers of language learners who have found them useful.

First of all, it is advisable to keep an open mind about any and all strategies proposed. Besides, it is necessary to identify which of these might be useful and interesting strategies even they are familiar or new to learner. One of the next tips is to continue to choose the best of the familiar ones and try out the new ones simultaneously. In order to build up own confidence, learner is to use the proper strategies under consideration through trying them out more than once. That would come in very handy in use of learning strategies most effectively, evaluating the strategies you are currently using [2, 37]. A situation when lot of

learners rely heavily on memory strategies is a case in point. It goes without saying that memory strategies are important, but memorizing is inadequate

There are a great deal of effective strategies, important approaches and useful techniques for learning a new language which will contribute to continually improvement of learner's skills in the new language. The increasing ability to communicate in language that is under learner's desire to acquire it, will prove a valuable asset in achieving other technical goals as well.

Consider the case of repeating new words aloud or associating them with images in learner's mind in order to memorize them. It means that learner uses *a strategy* additional to what is usual helping to memorize a vocabulary.

Thus, a wide range of strategies is helpful in learning a new language. However, some of them are most useful for learning speaking skills, while others work best for writing skills. If some of them are most effective for beginners, the others are preferred by advanced learners. Systematic, organized students choose some strategies which work well for them, while learners who rely on their intuition and use their imagination prefer others.

Learner should **develop specific skill-related strategies** for learning the different language skills: *reading, writing, listening and speaking*.

Let's consider the Strategies for Reading. There two basic strategies for reading: to *know the purpose* and to *choose the approach that goes with learner's purpose*.

Reading professional materials will not only help you to learn new words, but will also help you become familiar with how things are said in job-related situations. The more you read, the faster and better you will be able to read. You will acquire new vocabulary and improved grammar as well.

It is very important to know the purpose for which you are reading. Learner is to answer the question: Are you reading to find out specific information or for general ideas? Different purposes lead to different approaches to the text. In some cases it is possible just to scan the text for particular items of information or key words or phrases. At other times it will need to read more carefully.

Choosing the approach that goes with learner's purpose is very important because there is a difference between reading to learn the language and reading for information. When learner reads for the purpose of learning, the language learner should read texts that are to be understandable. When learner reads for information, it is necessary to focus on the content and do not let to become bogged down in details [2, 14].

Writing strategies cover four key strategies promoting to write more effectively on the job: *prepare for writing, imitate other texts, learn errors and edit writing of learner*.

Before learner starts to write, it is advisable to plan what to say. For example, in foreign language or in English, there is a need to write down the key points learner wants to make and then to organize the points into a short outline. *This is a stage of Preparing for writing [3, 132].*

Imitation of other texts includes looking at other texts of the same type learner wants to write, imitating the form and way of presenting facts and discussions, learning some standard ways of expressing agreement and disagreement, recommendations, requests for action and others.

Developing accuracy is also very useful for learner besides fluency. Moreover, learner should find someone with good foreign language skills who is willing to check writing, then correct own errors and keep a record of them in the language learning notebook. *These are aspects of Learning from learner's errors.*

Editing learner's writing covers correcting and revising initial drafts in learner's foreign language just as it done in English. If learner is keeping a record in the notebook of own common writing errors, it can help learner to focus on the problem areas including keeping learner's sentences short in order to communicate clearly and effectively [3, 25].

The last strategies are for listening and speaking. There are two aspects to the development of conversational skill: listening and speaking, it means two strategies for developing conversational skills: *be a good listener and be a good conversation manager*.

In the course of being a good listener, it means by listening you can pick up new words and phrases. Moreover, by listening to native speakers, learner can learn how they open and close conversations, how they offer excuses or apologies and how they ask questions or give instructions.

Along with it, learner can make a good progress in speaking through developing good listening skills: if learner lacks confidence in speaking the language, it's necessary to move to the "good listener" role when there is an opportunity to talk with someone, until own confidence increases; using the foreign language equivalents of these phrases which encourage the speaker; if learner loses the train of thought of the

speaker, there is a need to ask for help or ask for repetition or slower speech, with phrases equivalent to English; if learner knows in general what the speaker is saying but needs more information to clarify the details, it's a turn to ask appropriate questions [5, 45].

Being a good conversation manager is useful in the following situations: if learner wants to appear to be a good speaker of the foreign language, takes charge of the conversation and sets own topic so that learner is talking about a familiar subject and can feel confident.

Imitation of speakers of the new language, paying attention to the words and phrases that they use so that learner can use them later, listening to their intonation, the rhythm of their speech, using every means you can to get your point across when practicing with learning partner, using a mixture of English and new language, the grammar rules learner have learned without worrying about possible exceptions. Even if learner makes a mistake, the conversational partner will very likely understand the whole meaning.

In conclusion it should be mentioned that language learners are all different. Therefore, it is of critical importance to choose the appropriate strategy that is good for one person and might not be good for the other one.

Bibliography:

1. Wajnryb, R. Classroom observation tasks: A resource book for language teachers and trainers. Cambridge: Cambridge University Press, 2012.
2. Richards, J. and T. Rogers. Approaches and methods in language teaching. Cambridge: Cambridge University Press, 2015.
3. Teaching English through English. London: Longman. 2009.
4. International Education and Resource Network: <http://www.learn.org>
5. Bader, Y. Curricula and teaching strategies in university English departments. A need for change. IRAL, 209, 3. 2016.

Научное издание

Коллектив авторов

Сборник статей XXXII Международной научной конференции «Человекознание»

ISBN 978-5-9907998-9-9

Журнал о гуманитарных науках «Гуманитарный трактат»

Кемерово 2019