

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ / ORIGINAL ARTICLE

УДК / UDC 070

<https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-668-676>

Шифр научной специальности 5.9.9

Квест как геймифицированный инструмент развития медиакомпетентности студентов в эпоху постправды

Екатерина Борисовна КУРГАНОВА  , Наталия Николаевна БЕЛЕНОВА 

ФГБОУ ВО «Воронежский государственный университет»
394018, Российская Федерация, г. Воронеж, Университетская пл., 1
 kurganova1979@mail.ru

Аннотация. Рассмотрена актуальная проблема развития медиаграмотности у современных студентов. В эпоху социальных сетей и интенсификации «псевдоновостей» обучение молодёжи правилам противодействия дезинформации – первый шаг к созданию безопасного информационного поля. Предмет исследования – квест как инструмент развития медиакомпетентности. Цель – выявление потенциала квеста как инструмента развития критического мышления. Авторы считают геймифицированный формат развития медиаграмотности оптимальным для сегодняшних студентов, представителей поколения Z, поскольку именно зумеры по достоинству ценят привнесение в процесс обучения игровых элементов как отсылку к их богатому геймерскому опыту. Рассмотрены этапы создания образовательного квеста, описана технология его реализации на основе авторского кейса «Медиакомпас». Сделан вывод о высоком потенциале квеста как динамичного, эмоционально насыщенного инструмента развития медиакомпетентности у современного поколения студентов в эпоху постправды.

Ключевые слова: квест, геймификация, критическое мышление, фактчекинг, фейки, медиакомпетентность, эпоха постправды

Благодарности. Публикация осуществляется в рамках проекта «Образовательная платформа «Компетенции XXI века», реализуемого победителями грантового конкурса для преподавателей магистратуры 2021/2022 Стипендиальной программы Владимира Потанина (договор № ГСГК-081/22 от 7.06.2022 г.)

Для цитирования: Курганова Е.Б., Беленова Н.Н. Квест как геймифицированный инструмент развития медиакомпетентности студентов в эпоху постправды // Неофилология. 2023. Т. 9. № 3. С. 668-676. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-668-676>



Материалы статьи доступны по лицензии [Creative Commons Attribution \(«Атрибуция»\) 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) Всемирная



Quest as a gamified tool for developing students' media competence in the post-truth era

Ekaterina B. KURGANOVA  , Natalia N. BELENOVA 

Voronezh State University

1 Universitetskaya Sq., Voronezh, 394018, Russian Federation

 kurganova1979@mail.ru

Abstract. The current issue of the development of media literacy among modern students is considered. In the era of social networks and the intensification of “fake news”, teaching young people the rules of countering disinformation is the first step towards creating a safe information field. The subject of the research is a quest as a tool for the development of media competence. The purpose is to identify the potential of the quest as a tool for developing critical thinking. We consider the gamified format of media literacy development optimal for today's students, representatives of generation Z, since it is the zoomers who appreciate the introduction of game elements into the learning process as a reference to their rich gaming experience. The stages of creating an educational quest are considered, the technology of its implementation based on the author's case “Media-Compass” is described. The conclusion is made about the high potential of the quest as a dynamic, emotionally saturated tool for the development of media competence among the modern generation of students in the post-truth era.

Keywords: quest, gamification, critical thinking, factchecking, fakes, media competence, post-truth era

Acknowledgements. The publication is carried out within the framework of the project “Educational Platform “Competencies of the 21st century”, implemented by the winners of the grant competition for teachers of the Master's Degree Programme 2021/2022 of the Vladimir Potanin Scholarship Program (contract no. GSGK-081/22 dated 7.06.2022).

For citation: Kurganova, E.B., & Belenova, N.N. Quest as a gamified tool for developing students' media competence in the post-truth era. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023;9(3):668-676. (In Russ., abstract in Eng.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-3-668-676>



This article is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ВВЕДЕНИЕ

В начале 2022 г. неустойчивая тревожная BANI-реальность, не выдержав скорости трансформации, ушла в прошлое, уступив место крайне пессимистичной парадигме мира SHIVA. Эта аббревиатура имеет англоязычное происхождение и расшифровывается как Split (расщеплённый), Horrible (ужасный), Inconceivable (невообразимый), Vicious (жестокий) и Arising (возрождающийся). Как мы видим, лишь финальная «А» имеет оптимистичную окраску. Новый мир потребовал кардинальной трансформации и

аудита имеющихся ресурсов. Shiva и есть сам кризис, в котором актуализируются новые компетенции. Среди них на первый план выходят адаптивность, высокая скорость принятия решений, развитый эмоциональный интеллект, креативность. В мире переизбытка информации востребованными продолжают оставаться способность к анализу и критическое мышление.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМЫ

Современность нередко обозначают как эпоху постправды, для которой характерна

трансформация окружающей нас реальности с искажением семантики происходящего и распространением «псевдоновостей», при этом их авторы, преследуя определённые цели, соотносят тематику с эмоциональным состоянием целевой аудитории [1, с. 184; 2, с. 92]. Таким образом происходит искусственное формирование потока информации, выгодного прежде всего коммуникатору и его заказчику. Фейки имитируют под информационную повестку, эксплуатируя самые чувствительные для общества темы, и нередко выступают фактором дестабилизации политической и экономической обстановки. Усугубляет ситуацию развитие цифровых технологий, которые несут в себе не только возможности, но и угрозы [3, с. 174; 4, с. 3]. В условиях кризиса влияние недостоверной информации на общество усиливается, увеличивается количество фейков, меняются механики вбросов. Основные причины широкого распространения фейков – недостаточная информированность самих граждан при высокой заинтересованности и соответствующем финансировании противоположной стороны.

Как отметила директор Лиги безопасного Интернета Екатерина Мизулина, по подсчётам экспертов, в 2022 г. более 18 млрд долларов было потрачено недружественными странами, чтобы очернить образ Российской Федерации в мировых СМИ. При этом количество фейковой информации в российском сегменте Интернета только за последний год увеличилось по сравнению с аналогичным периодом более чем в шесть раз и составило свыше 10 млн зафиксированных фейковых копий. Большинство фейков затрагивали темы введения санкций и «краха» экономики России. 30 % были связаны с региональной повесткой. Число фейков сегодня увеличивается в геометрической прогрессии. Если ситуация не изменится, по прогнозам Всероссийского центра компетенций в области общественных связей и интернет-коммуникаций «Диалог», к 2024 г. количество фейков может достичь 22–25 миллионов. Осложняют обстановку также следующие факторы: во-первых, возросший пользовательский интерес к тематике фейковой информации (на

68 % по сравнению с 2021 г.); во-вторых, относительно долгая средняя продолжительность «жизни» фейка (4,7 дня в 2022 г.)¹.

Ещё в марте 2019 г. в России была введена ответственность за публикацию фейков в СМИ, также вступил в силу закон о самоконтроле соцсетей, а за распространение отдельных категорий фейковой информации предусмотрено наказание вплоть до уголовного [5, с. 146-147]. Но с правоприменением возникли определённые сложности – недостоверная информация продолжает оставаться доступной и создавать риски дальнейшего масштабирования. Уже в ближайшее время нормативное регулирование фейков может выйти на новый уровень. Так, к концу весенней сессии 2023 г. депутаты планируют внести на рассмотрение Госдумы законопроект о рекомендательных алгоритмах, из-за которых пользователи нередко становятся заложниками однотипной и недостоверной информации. А к концу года может быть сформирован законодательный подход к проблеме дипфейков с использованием синтезированных изображений, жертвами которых становятся пользователи даже с высоким уровнем цифровой грамотности.

Как считает доктор политических наук Александр Чумиков, «фейки в принципе неустранимы, в том числе с помощью юридических рычагов. Более того: в новых информационных реалиях они становятся объективно присущими политической действительности» [6].

Как в таком случае бороться с фейками, ключевой угрозой кибербезопасности? Цифровая грамотность населения – необходимое условие борьбы с инфоугрозами. Первое правило – проверять подозрительную информацию на достоверность через анализ первоисточников и перекрёстный фактчекинг. Это можно делать самостоятельно при наличии времени и соответствующих компетенций либо при помощи специальных цифровых ресурсов. Один из них – платформа или чат-бот «Лапша Медиа», проект АНО

¹ Количество фейков в Сети в 2022 году выросло в шесть раз. URL: <https://tass.ru/obschestvo/16642301> (дата обращения: 23.03.23)

«Диалог Регионы»². Специалисты ресурса проверяют информацию в течение суток и со ссылкой на авторитетный источник опровергают или подтверждают данные.

Только за 2022 г. охват информационных кампаний по опровержению фейков Лапша Медиа составил более 300 млн. Совместно с партнёрами-фактчекерами (ТАСС, Лента, 360, ВШЭ) ресурс провёл 1450 проверок фейковой информации. По последним данным за февраль 2023 г., аналитики «Лапша Медиа» выявили и изучили 295 уникальных фейков. Суммарно они набрали более 591,2 млн просмотров. В лидеры популярных тем фейков вошли: политика и госбезопасность (29 %); СВО (17 %); социально значимые происшествия (15 %); здравоохранение (9 %); частичная мобилизация (6 %). Наиболее популярными фейками февраля 2023 г. федерального уровня стали «Власти предупредили россиян о возможности ракетного удара» (35 млн просмотров), «Сын Владимира Соловьёва работает моделью в Лондоне» (6,2 млн), «Россия может мобилизовать ещё миллион солдат» (5,7 млн). Согласно данным «Лапша Медиа», лишь 12 % фейков приходится на СМИ. Чаще всего пользователи встречались с фейками в соцсетях и мессенджерах: «Одноклассники» (33 %); «ВКонтакте» (22 %); Telegram (21 %)³. Здесь уместно обозначить, что согласно исследованию РАЭК и НИУ ВШЭ «Социальные сети в России: цифры и факты» от 8–12 декабря 2022 г., 97,6 % россиян пользуются соцсетями. При этом больше половины (54,7 % россиян) считают их неотъемлемой частью своей жизни. ВКонтакте удерживает лидирующие позиции (80,7 % россиян). Одноклассники занимают вторую строчку по популярности (45,9 % россиян). При этом новости – самый интересный контент для пользователей соцсетей (41,8 % опрошенных)⁴. Также нельзя не учитывать тот

факт, что более двух третей жителей России смотрят и читают новости исключительно в Интернете, не обращаясь к печатным СМИ. Таковы результаты исследования медиахолдинга Rambler&Co, аналитики которого с 13 по 21 марта 2023 г. опросили свыше 268 000 интернет-пользователей о предпочитаемых форматах медиапотребления⁵.

ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ

Борьба с недостоверной информацией должна носить комплексный характер и включать в себя не только разработку правовых механизмов, но и образовательные кампании. Советник Министра просвещения Российской Федерации Антон Назаров на ПМЭФ-2022, анонсировав масштабную работу Минпросвещения по обучению основам медиаграмотности в школах, отметил, что противодействовать фейкам можно только при условии хорошего образования и медиаграмотности.

Разделяя позицию экспертов, авторы статьи на факультете журналистики ВГУ в декабре 2022 г. решили инициировать проект по развитию медиакомпетентности студентов в эпоху постправды «Медиакомпас». Формат – гибридный квест был выбран случайно, так как геймификация наиболее эффективна при обучении молодёжи по следующим причинам: 1) она позволяет обеспечить высокую вовлечённость участников в процесс [7, с. 31]; 2) стимулирует слаженную командную работу, развивает коммуникативные навыки; 3) соревновательный элемент усиливает эмоциональную атмосферу; 4) игровая среда привычна для современных студентов-геймеров и не вызывает психологического неприятия; 5) структурирует уже имеющиеся знания, а также позволяет получить новые, оперативно закрепить их на практике, чтобы использовать в дальнейшей

² Лапша Медиа: сайт. URL: <https://lapsha.media/about> (дата обращения: 25.03.23)

³ Самые популярные фейки февраля // Лапша Медиа. URL: https://lapsha.media/articles/fake-monthly-02_23 (дата обращения: 26.03.2023)

⁴ Использование и восприятие социальных сетей россиянами: исследование РАЭК и НИУ ВШЭ // Cossa.ru. URL: <https://www.cossa.ru/news/316690/> (дата обращения: 24.03.2023)

⁵ Прошина Е. Исследование Rambler&Co. Привычки медиапотребления: аудитория онлайн СМИ предпочитает короткие форматы и тратит на чтение более 15 минут в день // Рамблер. URL: <https://news.rambler.ru/community/50420711-issledovanie-rambler-co-privychki-mediapotrebleniya-auditoriya-onlayn-smi-predpochitaet-korotkie-formaty-i-tratit-na-chenie-bolee-15-minut-v-den/> (дата обращения: 30.03.2023).

повседневной жизни. Эффективность игровых механик в обучении студентов базируется на привлекательности для них самого процесса игры, так как в нём, что немало важно именно для сферы обучения, обеспечивается тесное взаимодействие как игроков с материалом и друг с другом (при командной игре), так и производителя (преподавателя) и потребителя контента (студента) между собой. Причём геймификация делает этот процесс более интересным, увлекательным и запоминающимся [8, с. 172; 9, с. 48-49; 10, с. 6; 11, с. 242; 12, с. 182; 13, с. 8].

Обращаясь к терминологии, отметим, что квест можно рассматривать как организованный проблемно-исследовательский проект, интегрирующий определённый набор форм, методов и приёмов в соответствии с задачами обучения. Квест может быть реализован офлайн, онлайн посредством интернет-ресурсов (в таком случае он обозначается как веб-квест) [14, с. 74] и в смешанном формате. Квест обладает большим развивающим потенциалом в обучении в силу следующих причин: позволяет интегрировать разнообразные подходы, технологии, методы и приёмы обучения; предполагает реализацию групповой формы работы, тем самым способствуя развитию навыков сотрудничества; может использоваться в междисциплинарном контексте; способствует развитию критического мышления; повышает мотивацию обучающихся [15, с. 162; 16, с. 5; 17, с. 31]. Квест предполагает последовательное решение задач игроками. Его подготовка включает различные этапы. Во-первых, это определение цели. Причём следует различать цель квеста и игровую цель. Цель квеста определяется разработчиком (преподавателем) и, как правило, предполагает формирование какого-либо опыта участников в рамках решения образовательной задачи. В ходе формулировки цели квеста автор отвечает на вопрос, что изменится в знаниях, навыках, поведении участников после игры. Игровая цель содержит описание результатов игры, которые стремятся достичь в её рамках участники (например, стать лучшей командой, заработать как можно больше баллов). Определяя результаты игры, разработчик отвечает

на ряд вопросов: что станет измеримым результатом игры после её завершения, как игроки поймут, что игра прошла успешно. Во-вторых, разработчик продумывает ограничения квеста: продолжительность игры, её формат (онлайн/офлайн/гибридный), количество участников, требования к онлайн-инструментам или офлайн-локации. В-третьих, автор составляет портрет целевой аудитории, участников квеста. На этом этапе важно определиться с ответами на вопросы: кто такие потенциальные игроки; что может мотивировать их включиться в игру; что полезного они получат в итоге квеста, включая достижение игровых целей и награды. Далее формулируются правила квеста, в которые закладывается при необходимости легенда игры, выбираются необходимые механики, позволяющие достичь задуманной цели. Макроструктура правил включает следующие элементы: легенда игры, цели, этапы игры и механики. Так, для квеста эффективны механики «гонка» («игрок-ходы»; все игроки действуют одновременно, пытаясь получить преимущество за счёт скорости выполнения заданий), «тактика» («игрок-действие»; результативность игрового выбора зависит от случайных событий и действий других игроков), «случай» («игрок-действие»; бросаем кубик, крутим рулетку, получаем случайный результат), «голосование» («игрок-игроки»; как действовать дальше в игре, решает большинство после обсуждения вариантов). Данные механики развивают компетенции, востребованные парадигмой Shiva: скорость мышления, способность оперативно обрабатывать информацию, формулировать грамотные причинно-следственные выводы в неоднозначных условиях и при наличии множества вариантов решения; управление рисками, критическое мышление.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

В качестве формата квеста «Медиакомпас» мы выбрали смешанный. Большинство мероприятий в рамках квеста была реализована офлайн, в онлайн-среде проверили остаточные знания участников с помощью специально созданного чат-бота в мессенджере

Телеграм. Проект длился два дня. В первый день состоялся круглый стол по медиакомпетентности, на котором выступили эксперты: доктор филологических наук, профессор Высшей школы телевидения МГУ А.М. Шестерина и доцент кафедры журналистики и литературы ВГУ, директор воронежского Центра управления регионами А. Черваков. Благодаря спикерам участники узнали о ключевой опасности современного медиапотребления – фейках, разобрались, как отличить правдивую новость от подделки, распознать журналистские манипуляции в текстах, понять, как противостоять недостоверной информации. Круглый стол посетили 43 студента, а к онлайн-трансляции мероприятия подключились 2,5 тыс. человек (тема оказалась настолько дискуссионной и актуальной, что на 31 марта 2023 г. количество просмотров записи в группе ВК Студенческого совета журфака ВГУ составило более 3 300).

Во второй день состоялся квест, в котором приняли участие 16 магистрантов экономического факультета и журфака. Игроки разделились на четыре команды, которые прошли пять станций: «Фейки», «Государственные и частные СМИ», «Посты в социальных сетях», «Работа с первоисточниками», «Кубик и вопросы».

В ходе квеста участники отвечали на вопросы, выявляли фейки, писали посты для социальных сетей, учились работать с первоисточниками, отличали государственные СМИ от частных. Участникам рекомендовали придерживаться следующих правил при погружении в новостную повестку: отключать эмоции и стараться критически оценивать сведения, по возможности осуществлять поиск и анализ первоисточника, перепроверять новости в разных источниках, абстрагироваться от стереотипов и шаблонов, быть внимательными к деталям. Ориентироваться на станциях студентам помогали кураторы. Самых креативных, быстрых и остроумных наградили призами – кружками и кепками с символикой ВГУ.

Тестирование в чат-боте Телеграме в первые дни прошли более 20 человек: среди них не только студенты, но и преподаватели

экономического факультета и факультета журналистики. Средний показатель: 6–7 баллов (при максимальном балле – 7), что подтверждает эффективность нашего проекта. Также квест стимулировал студентов поделиться своими эмоциями в соцсетях, вышло 8 постов участников проекта. Студентка второго курса магистратуры экономического факультета Валерия Бондарева поделилась впечатлениями от двух дней медиаобразования: «Мне было интересно. Не пожалела, что пришла, даже несмотря на то, что игру проводили во внеучебное время. Очень понравилась первый спикер Алла Шестерина. Структурированно рассказала о том, чего я раньше не знала. А Андрей Черваков привёл интересные примеры из жизни. Я была удивлена, потому что не ожидала, что проблема с фейками настолько серьёзна. Оказывается, они встречаются на каждом шагу! Вопросы квеста были интересными. Порой было даже сложно. Я так зарядилась, что под конец немного устала. Но обязательно пришла бы на такое мероприятие ещё!»

Можно реализовать квест и в укороченном варианте, без круглого стола и тестирования остаточных знаний. Нами также апробирован такой формат для участников воронежской модели ООН-2023, которая состоялась 27–31 марта 2023 г. на факультете международных отношений ВГУ.

В ближайшее время в планах в рамках квеста подключить к фактчекингу нейросети, которые умеют генерировать и переделывать разные тексты. Они могут дать интересный материал для разбора и анализа материала. В частности, нейросеть Яндекса «Балабоба» позволяет давать студентам задания на проверку фактов для развития критического мышления, генерируя тексты в восьми форматах: короткая история, комментарий, ситупсис и др.

ВЫВОДЫ

Наш опыт реализации квеста «Медиакомпас» подтвердил, что формат квеста обладает высоким потенциалом развития медиакомпетентности личности, способной к творческому взаимодействию с произведе-

ниями медиакультуры не только у будущих журналистов, но и у студентов непрофильных факультетов. Данный формат является динамичным, эмоционально насыщенным

инструментом развития навыков осмысления и анализа и оценки информации в непростой, а иногда и весьма противоречивой медиапо-вестке.

Список источников

1. *Гарбузняк А.Ю.* Феномен постправды: девальвация факта в медийном дискурсе // Знание. Понимание. Умение. 2019. № 1. С. 184-192. <https://doi.org/10.17805/zpu.2019.1.14>, <https://elibrary.ru/ztkcap>
2. *Тулупов В.В., Колесникова В.В., Золотухин А.А. и др.* Медиакоммуникации в современном мире. Воронеж: ООО рекламно-издательская фирма «Кварт», 2021. 129 с. <https://elibrary.ru/rbwznc>
3. *Биткова В.В.* Маркеры фейковой информации в новостях о COVID-19 // Нефилология. 2023. Т. 9. № 1. С. 173-185. <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-1-173-185>, <https://elibrary.ru/zasabd>
4. *Стернин И.А., Шестерина А.М.* Маркеры фейка в медиатекстах. Воронеж: ООО «Изд-во РИТМ», 2021. 60 с. URL: <https://www.vsu.ru/ru/university/structure/communicate/pdf/monographs/markers2.pdf>
5. *Луценко Е.П.* Уголовная ответственность за фейки по действующему уголовному законодательству // Право и управление. 2022. № 10. С. 145-149. <https://doi.org/10.24412/2224-9125-2022-10-145-149>, <https://elibrary.ru/mwxbxk>
6. *Чумиков А.Н.* Актуальный инструментарий информационного противоборства в «холодной», «горячей» и «гибридной» войне // Наука. Общество. Оборона. 2023. Т. 11. № 2 (35). С. 19. <https://doi.org/10.24412/2311-1763-2023-2-19-19>
7. *Караваев Н.Л., Соболева Е.В.* Совершенствование методологии геймификации учебного процесса в цифровой образовательной среде. Киров: Вятский гос. ун-т, 2019. 105 с. <https://elibrary.ru/jpeddh>
8. *Сартакова Е.Е.* Проблемы развития теории геймификации в России // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2022. Вып. 2 (220). С. 168-187. <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2022-2-168-187>, <https://elibrary.ru/vhyqud>
9. *Курганова Е.Б.* Геймификация как метод онлайн-обучения студентов-магистрантов // Векторы развития магистратуры будущего в условиях глобальных вызовов: сб. ст. Междунар. конф. Н. Новгород, 2020. С. 47-51. <https://elibrary.ru/qesnpq>
10. *Курганова Е.Б.* Геймификация: принципы и практика (рабочая программа, задачник, глоссарий). Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2020. 62 с. <https://elibrary.ru/afdvyz>
11. *Бусель С.В., Полупан К.Л.* Сущность и особенности внедрения игрофикации в образовательную сферу как системной и специфической игровой практики // Самарский научный вестник. 2022. Т. 11. № 4. С. 239-246. <https://doi.org/10.55355/snv2022114302>, <https://elibrary.ru/sfykeh>
12. *Поддубная Я.Н., Котов К.С., Слуккина А.А.* Геймификация, структурные преимущества перед традиционными формами обучения студентов высших учебных заведений // Гуманитарные и социальные науки. 2021. Т. 88. № 5. С. 179-186. <https://doi.org/10.18522/2070-1403-2021-88-5-179-186>, <https://elibrary.ru/zdedau>
13. *Широколобова А.Г.* Геймификация в условиях цифровой трансформации образования // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2022. Т. 19. № 1. С. 5-20. <https://doi.org/10.17673/vsgtu-pps.2022.1.1>, <https://elibrary.ru/ehwbze>
14. *Новикова А.А., Федоров А.В.* Медиаобразовательные квесты // Инновации в образовании. 2008. № 10. С. 71-93. <https://elibrary.ru/jvnedj>
15. *Кожанова Е.Р.* Студенческие образовательные веб-квесты как инструменты мотивации в формировании soft skills // Технологии формирования soft skills в современном медиаобразовании. Новосибирск, 2022. С. 162-170. <https://elibrary.ru/nsmnzd>
16. Веб-квесты в проектной деятельности студентов коммуникационных направлений / под ред. Л.С. Щукиной. Воронеж: Воронеж. гос. ун-т, 2020. 84 с. <https://elibrary.ru/ksjvok>
17. *Ларионова Д.В.* Технологии веб-квеста в создании педагогами медиаобразовательной среды // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 1 (80). С. 30-32. <https://doi.org/10.24411/1991-5497-2020-00012>, <https://elibrary.ru/pfqrwi>

References

1. Garbuznyak A.Yu. Post-truth phenomenon: the devaluation of fact in media discourse. *Znanie. Ponimanie. Umenie = Knowledge. Understanding. Skill*, 2019, no. 1, pp. 184-192. (In Russ.) <https://doi.org/10.17805/zpu.2019.1.14>, <https://elibrary.ru/ztkcap>
2. Tulupov V.V., Kolesnikova V.V., Zolotukhin A.A. et al. *Mediakommunikatsii v sovremenom mire* [Media Communications in the Modern World]. Voronezh, LLC Advertising and Publishing company "Kvarta", 2021, 129 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/rbwznc>
3. Bitkova V.V. Fake information markers in COVID-19 news. *Neofilologiya = Neophilology*, 2023, vol. 9, no. 1, pp. 173-185. (In Russ.) <https://doi.org/10.20310/2587-6953-2023-9-1-173-185>, <https://elibrary.ru/zasabd>
4. Sternin I.A., Shesterina A.M. *Markery feika v mediatekstakh* [Fake Markers in Media Texts]. Voronezh, LLC "RITM Publ.", 2021, 60 p. (In Russ.) Available at: <https://www.vsu.ru/ru/university/structure/communicate/pdf/monographs/markers2.pdf>
5. Lutsenko E.P. Criminal liability for fakes under the current criminal legislation. *Pravo i upravlenie = Law and Administration*, 2022, no. 10, pp. 145-149. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2224-9125-2022-10-145-149>, <https://elibrary.ru/mwxbxk>
6. Chumikov A.N. The current tools of information warfare in the "cold", "hot" and "hybrid" war. *Nauka. Obshchestvo. Oborona = Science. Society. Defense*, 2023, vol. 11, no. 2 (35), p. 19. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/2311-1763-2023-2-19-19>
7. Karavaev N.L., Soboleva E.V. *Sovershenstvovanie metodologii geimifikatsii uchebnogo protsessa v tsifrovoi obrazovatel'noi srede* [Improving the Methodology of Gamification of the Educational Process in the Digital Educational Environment]. Kirov, Vyatka State University Publ., 2019, 105 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jpeddh>
8. Sartakova E.E. Problems of development of the theory of gamification in Russia. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta = Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, 2022, no. 2 (220), pp. 168-187. (In Russ.) <https://doi.org/10.23951/1609-624X-2022-2-168-187>, <https://elibrary.ru/vhyqud>
9. Kurganova E.B. Gamification as a method of online training graduate students. *Sbornik statei Mezhdunarodnoi konferentsii «Vektory razvitiya magistratury budushchego v usloviyakh global'nykh vyzovov»* [Collection of Works of the International Conference "Vectors of Development of the Magistracy of the Future in the Face of Global Challenges"]. Nizhny Novgorod, 2020, pp. 47-51. (In Russ.) <https://elibrary.ru/qesnpq>
10. Kurganova E.B. *Geimifikatsiya: printsipy i praktika (rabochaya programma, zadachnik, glossarii)* [Gamification: Principles and Practice (Work Program, Problem Book, Glossary)]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2020, 62 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/afdvzy>
11. Busel' S.V., Polupan K.L. The nature and features of the implementation of gamification as a systematic and specific game practice into the educational sphere. *Samarskii nauchnyi vestnik = Samara Journal of Science*, 2022, vol. 11, no. 4, pp. 239-246. (In Russ.) <https://doi.org/10.55355/snv2022114302>, <https://elibrary.ru/sfykeh>
12. Poddubnaya Ya.N., Kotov K.S., Slukina A.A. Gamification, structural advantages over traditional forms of students' learning at higher education institutions. *Gumanitarnye i sotsial'nye nauki = The Humanities and Social Sciences*, 2021, vol. 88, no. 5, pp. 179-186. (In Russ.) <https://doi.org/10.18522/2070-1403-2021-88-5-179-186>, <https://elibrary.ru/zdedau>
13. Shirokolobova A.G. Gamification in the context of digital transformation of education. *Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta. Seriya: Psikhologo-pedagogicheskie nauki = Vestnik of Samara State Technical University. Series: Psychological and Pedagogical Sciences*, 2022, vol. 19, no. 1, pp. 5-20. (In Russ.) <https://doi.org/10.17673/vsgtu-pps.2022.1.1>, <https://elibrary.ru/ehwbze>
14. Novikova A.A., Fedorov A.V. Mediaobrazovatel'nye kvesty [Media educational quests]. *Innovatsii v obrazovanii = Innovation in Education*, 2008, no. 10, pp. 71-93. (In Russ.) <https://elibrary.ru/jvnedj>
15. Kozhanova E.R. *Studencheskie obrazovatel'nye veb-kvesty kak instrumenty motivatsii v formirovani soft skills* [Student educational web quests as motivation tools in the formation of soft skills]. *Tekhnologii formirovaniya soft skills v sovremenom media-obrazovanii* [Technologies for the Formation of Soft Skills in Modern Media Education]. Novosibirsk, 2022, pp. 162-170. (In Russ.) <https://elibrary.ru/nsmnzd>

16. Shchukina L.S. (ed.). *Veb-kvesty v proektnoi deyatel'nosti studentov kommunikatsionnykh napravlenii* [Web-Quests in the Project Activities of Students of Communication Areas]. Voronezh, Voronezh State University Publ., 2020, 84 p. (In Russ.) <https://elibrary.ru/ksjvok>
17. Larionova D.V. Web-quest technologies in creating a media education environment for teachers. *Mir nauki, kul'tury, obrazovaniya = World of Science, Culture and Education*, 2020, no. 1 (80), pp. 30-32. (In Russ.) <https://doi.org/10.24411/1991-5497-2020-00012>, <https://elibrary.ru/pfqrwi>

Информация об авторах

Курганова Екатерина Борисовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна, Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Российская Федерация, <https://orcid.org/0000-0002-4105-0376>, kurganova1979@mail.ru

Вклад в статью: концепция и реализация авторского квеста, поиск и анализ научной литературы, работа с источниками, обработка и редактирование материала, написание и оформление текста статьи.

Беленова Наталия Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры экономики труда и основ управления, Воронежский государственный университет, г. Воронеж, Российская Федерация, <https://orcid.org/0009-0008-8039-0059>, belenova@econ.vsu.ru

Вклад в статью: участие в реализации авторского квеста, поиск и анализ научной литературы, написание и оформление текста статьи.

Конфликт интересов отсутствует.

Поступила в редакцию 12.04.2023
Поступила после рецензирования 18.06.2023
Принята к публикации 22.06.2023

Information about the authors

Ekaterina B. Kurganova, PhD (Philology), Associate Professor, Associate Professor of Public Relations, Advertising and Design Department, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation, <https://orcid.org/0000-0002-4105-0376>, kurganova1979@mail.ru

Contribution: author's quest concept and implementation, scientific literature search and analysis, work with sources, material processing and editing, manuscript text drafting and design.

Natalia N. Belenova, PhD (Economics), Associate Professor, Associate Professor of Labor Economics and Management Fundamentals Department, Voronezh State University, Voronezh, Russian Federation, <https://orcid.org/0009-0008-8039-0059>, belenova@econ.vsu.ru

Contribution: participation in the author's quest implementation, scientific literature search and analysis, manuscript text drafting and design.

There is no conflict of interests.

Received April 12, 2023
Revised June 18, 2023
Accepted June 22, 2023