

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ**

До захисту допустити:
Завідувач кафедри
_____ О. П. Бодик

**«СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ ГЕЙМІФІКОВАНОГО НАВЧАННЯ
ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ УЧНІВ ОСНОВНОЇ ШКОЛИ
НА УРОКАХ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ»**

Кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти другого
(магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
«Середня освіта. Мова і література
(англійська)»

Карнози Івана Леонідовича

Науковий керівник:
Бодик Остап Петрович,
канд. філол. наук, доцент,
доцент кафедри англійської
філології

Рецензент:
Сафонова Наталія Анатоліївна,
канд. філол. наук, доцентка,
доцентка кафедри англійської
філології Дніпровського
національного університету імені
Олеся Гончара

Кваліфікаційна робота захищена з оцінкою _____

Секретар ЕК _____

« ____ » _____ 202_ р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ НАВЧАННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	9
1.1. Концепція, еволюція та принципи гейміфікації	9
1.2. Мотивація та гейміфікація у навчальному процесі	18
1.3. Використання гейміфікації у навчанні англійської мови	26
1.4. Огляд сучасних гейміфікованих платформ та інструментів	31
Висновки до I розділу	36
РОЗДІЛ II. РОЗРОБКА СИСТЕМИ ГЕЙМІФІКОВАНОГО НАВЧАННЯ ДЛЯ УРОКІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	37
2.1. Аналіз змісту навчальних програм з англійської мови для 7 класу НУШ	37
2.2. Структура системи гейміфікації	45
2.2.1. Розробка системи гейміфікації (бали, бейджі, рівні, таблиці лідерів) за навчальною програмою з англійської мови для 7 класу НУШ (Зимомря та ін., 2021)	49
2.2.2. Сценарії уроків з інтеграцією гейміфікації	51
2.3. Інструменти для створення гейміфікованого контенту: інтеграція мобільних застосунків у навчальний процес	59
2.4. Методичні рекомендації для вчителів щодо впровадження системи гейміфікації на уроках англійської мови	64
Висновки до II розділу	66
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	69
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У сучасному глобалізованому світі володіння англійською мовою є однією з ключових компетентностей, необхідних для особистісного та професійного розвитку. Вона стала своєрідним лінгвістичним містком між культурами, науковими спільнотами та бізнес-середовищами, відкриваючи численні можливості для молодого покоління. Проте процес вивчення іноземної мови, зокрема англійської, часто сприймається учнями основної школи закладів загальної середньої освіти як складне та монотонне завдання. Традиційні методики навчання, хоча й забезпечують базові знання, нерідко не враховують психологічні особливості підліткового віку здобувачів освіти, їхні когнітивні потреби та сучасні способи сприйняття ними інформації.

Сучасні школярі, які зростають у середовищі цифрових технологій, тяжіють до інтерактивних, динамічних форм навчання, які забезпечують швидкий зворотний зв'язок, високий рівень мотивації та залученості до оволодіння іноземною мовою. У цьому контексті гейміфікація – інноваційний педагогічний підхід, що інтегрує ігрові елементи в навчальний процес, – пропонує ефективне розв'язання багатьох викликів традиційного навчання. Гейміфікація дозволяє трансформувати навчальний процес із формальної передачі знань у захоплюючу взаємодію, де учень стає активним учасником освітнього процесу, отримуючи емоційну та інтелектуальну винагороду.

У контексті навчання англійської мови (АМ) гейміфікація має унікальні переваги. Вона допомагає створити іншомовне середовище, максимально наближене до природної комунікації, долає психологічні бар'єри, що блокують ефективне навчання, та надає здобувачам освіти відчуття контролю над власним прогресом. Завдяки ігровим механікам, таким як бали, рівні, нагороди та рейтинги, процес навчання перетворюється на захоплюючу подорож, яка стимулює самоствердження, розвиток та інтерес до вивчення іноземної мови.

Актуальність дослідження також обумовлена необхідністю адаптації інноваційних підходів до сучасних умов освіти. Хоча гейміфікація знайшла широке відображення в науковій літературі, її потенціал у вивченні англійської мови серед

здобувачів освіти основної школи ЗЗСО залишається відкритим для глибшого аналізу. Дослідження, інтеграція та впровадження гейміфікованих систем навчання можуть стати потужним інструментом трансформації освітнього середовища, здатним якісно змінити ставлення учнів до вивчення англійської мови та підвищити ефективність навчального процесу.

Стан розробки проблеми й аналіз наукових джерел. За останнє десятиліття гейміфікація (Deterding et al., 2011a; Hamari & Lehdonvirta, 2010; Hamari, Koivisto, & Sarsa, 2014) привернула значну увагу бізнес-спільноти та ІТ-галузі завдяки своєму потенціалу підтримувати залучення користувачів, посилювати позитивні моделі використання послуг, підвищувати активність користувачів, соціальну взаємодію, якість і продуктивність дій (Hamari, 2013). Вважають, що ці бажані моделі використання відбуваються завдяки позитивному, внутрішньо мотивуючому або «ігровому» досвіду (Ryan & Deci, 2017), який виникає завдяки ігровим/мотиваційним функціям, вбудованим у послугу. Тому в популярних дискусіях гейміфікацію рекламують як метод наступного покоління для маркетингу та залучення клієнтів (Cunningham & Zichermann, 2011).

Крім того, зростає кількість успішних стартапів, чії послуги зосереджені на додаванні гейміфікованого шару до основної діяльності (наприклад, *Codecademy*, сервіс, який використовує ігрові елементи, щоб допомогти навчити користувачів кодувати), або які допомагають більш традиційним компаніям гейміфікувати їхні існуючі послуги (наприклад, *Badgeville*).

Кількість наукових публікацій про гейміфікацію збільшується, що відображає зростаючий інтерес до цієї теми. Це свідчить про те, що гейміфікація стає все більш популярною темою і для академічних досліджень.

Науковці наголошують, що гейміфікація, інтегруючи ігрові елементи в неігрове середовище, наприклад, в освіту, підвищує рівень залученості та мотивації. Популяризована в 2010-х роках, вона включає такі функції, як бали, таблиці лідерів і бейджі, для створення динамічного навчального середовища. Ефективна гейміфікація вимагає добре продуманої динаміки, механіки та компонентів, зокрема аватарів, зворотного зв'язку та адаптивних завдань, які відповідають здібностям учнів (Vicen

& Kocakoyun, 2018; Deterding et al., 2011a). Окрім механіки, гейміфікація сприяє автономії, мотивації та залученню здобувачів освіти за допомогою таких стимулів, як нагороди та конкурентні структури (Bodyk & Karnoza, 2024).

У контексті навчання англійської мови як іноземної (EFL) гейміфікація стала трансформаційним інструментом для подолання традиційних обмежень у навчанні. Традиційні підходи, такі як комунікативне навчання мови (CLT) та методи, засновані на завданнях (TBL), часто не дають можливості для автентичного використання мови поза класом (Lee & Wallace, 2018). Такі інновації, як перевернуте навчання (flipped learning), показали свою перспективність, дозволяючи учням здобувати знання вдома і брати участь в активній практиці під час занять (Chen Hsieh et al., 2017). Дослідники підкреслюють як переваги застосування гейміфікації у навчанні англійської мови для підвищення залученості, мотивації та рівня володіння мовою, так і виклики, пов'язані з технологічною інтеграцією та дотриманням освітніх стандартів (Culduz, 2023; Nhan, 2024; Fulton, 2019).

Гейміфікація використовує привабливість ігор для створення більш захоплюючого, приємного й ефективного досвіду вивчення мови (Vathanalaoha, 2022). Завдяки винагородам, відстеженню прогресу та змагання вона мотивує учнів внутрішньо та зовнішньо, сприяючи залученню та зацікавленню (Чаркова, 2022). Структуроване просування по рівнях і негайний зворотний зв'язок підтримує мотивацію учнів, пропонуючи їм відчуття досягнення і розуміння того, як можна вдосконалюватися. Гейміфіковане середовище також може заохочувати здорову конкуренцію, співпрацю та командну роботу через групові завдання (Szabó & Korinska, 2023).

У навчанні англійської мови гейміфікація покращує традиційні види діяльності, інтегруючи ігрові елементи в навчальну програму, збагачуючи такі завдання, як засвоєння лексики, граматики та розуміння прочитаного, не замінюючи при цьому основних цілей (Çinar et al., 2022). На противагу цьому, ігрове навчання використовує повноцінні ігри або симуляції як основний метод навчання, застосовуючи такі інструменти, як відеоігри для вивчення мови або віртуальні середовища для навчання (Demirbilek, 2023).

Поширення гейміфікації у навчанні англійської мови збіглося з інтеграцією мобільних технологій та цифрових інструментів. Мобільне вивчення мови на основі ігор (MGBLL) є особливо ефективним, пропонуючи адаптивні завдання, миттєвий зворотний зв'язок та захоплююче середовище, що підвищує мотивацію та засвоєння лексики (Su et al., 2021). Такі платформи, як Duolingo, демонструють, як гейміфікація може покращити навички аудіювання, спілкування та словниковий запас, хоча надмірний акцент на конкуренції та повторенні може підірвати довгострокову залученість (Shortt et al., 2021).

Потенціал та ефективність вивчення іноземних мов за допомогою цифрових ігор (DGBLL) у навчанні полягає в тому, що вони пропонують адаптивні завдання, негайний зворотний зв'язок та захоплююче середовище, яке підвищує мотивацію та розвиває традиційні методи вивчення мови (Esteban, 2024).

Розуміючи ці контрасти, вчителі можуть приймати обґрунтовані рішення щодо інтеграції гейміфікації або впровадження ігрових методик навчання у своє іншомовне освітнє середовище, залежно від індивідуальних цілей навчання та вподобань учнів.

Попри велику кількість запитів на цю тему, бракує цілісного розуміння того, які саме дослідження були проведені під цим терміном: які існують методи гейміфікації, які типи результатів вони дають і за яких обставин.

Розуміння того, чи є гейміфікація ефективною, також є важливим практичним питанням. Наразі значна кількість фірм пропонує послуги гейміфікації, і вони інвестують значні кошти в ініціативи, пов'язані з гейміфікацією. Як і будь-яка інша актуальна маркетингова тема, гейміфікація широко обговорюється, здебільшого на основі анекдотичних та інтуїтивних припущень, що варіюються від вкрай негативного до вкрай позитивного сприйняття. Тому емпіричні результати щодо ефективності гейміфікації мають попит.

Об'єкт дослідження: процес навчання англійської мови здобувачів освіти основної школи закладів загальної середньої освіти.

Предмет дослідження: використання гейміфікації як інноваційного педагогічного підходу для підвищення мотивації та ефективності вивчення англійської мови учнями основної школи.

Мета дослідження: розробити систему гейміфікованого навчання англійської мови для учнів основної школи, яка враховує їхні вікові, психологічні та когнітивні особливості та сприяє підвищенню мотивації, залученості та якості оволодіння мовою.

У відповідності до поставленої мети виокремлюються наступні **завдання**:

- здійснити теоретичний аналіз концепції гейміфікації та визначити її основні принципи, особливості мотивації учнів основної школи та можливості їх урахування в освітньому процесі;
- дослідити сучасні платформи, інструменти та методи гейміфікації, а також їх інтеграцію у навчання АМ, узагальнивши приклади успішного використання;
- розробити модель гейміфікованої системи для навчання АМ учнів основної школи, визначити її структуру, елементи та підходи до інтеграції в навчальний процес;
- створити практичні гейміфіковані завдання та розробити методичні рекомендації для вчителів щодо їх застосування на уроках англійської мови.

Методи дослідження. У ході нашої роботи було застосовано такі методи дослідження, як: *принцип історизму* (з'ясовано коли і як з'явилося поняття гейміфікації, як вона розвивалася, які риси їй були притаманні в окремі періоди часу); *термінологічного аналізу* – для з'ясування змісту основних термінів і понять дослідження, аналізу, синтезу, систематизації й узагальнення з метою вивчення стану дослідженості проблеми у педагогічній теорії та практиці; *принцип хронології та аналітично-логічний метод* – для логічного та послідовного викладення матеріалу; *методи аналогії та порівняння; анкетування* – для розроблення анкети для учнів і вчителів щодо з'ясування їхніх поглядів на використання ігрових елементів у навчанні; *метод педагогічного проектування* – для конструювання та розроблення пілотного гейміфікованого завдання / навчальних матеріалів на основі гейміфікованого підходу з використанням платформ Kahoot, Quizizz чи Classcraft: визначення тематики, етапів виконання, правил, критеріїв оцінювання.

Теоретична значущість роботи полягає у розширенні уявлення про використання гейміфікації у навчанні іноземних мов, зокрема англійської. Вона вносить вклад у розвиток теоретичних засад інноваційних технологій навчання іноземних мов, демонструючи, як ігрові елементи можуть стимулювати мотивацію, підвищувати рівень залученості учнів та сприяти засвоєнню навчального матеріалу.

Результати роботи можуть стати основою для подальших досліджень у сфері інтеграції цифрових технологій та інноваційних методів навчання.

Практична значущість. Запропоновані у роботі гейміфіковані завдання та рекомендації для вчителів можуть бути використані у шкільній практиці для підвищення ефективності уроків англійської мови. Крім того, створені матеріали можуть бути інтегровані у навчальні плани підготовки майбутніх учителів іноземних мов, сприяючи їхній професійній компетенції у використанні сучасних підходів до викладання. Результати дослідження також стануть корисними для освітніх платформ, які розробляють інструменти для гейміфікації у навчанні.

Матеріали дослідження були **апробовані** на XV Міжнародній науково-практичній конференції «Complexities of education of modern youth and students», 10-13 грудня 2024 р., Париж, Франція: Bodyk O., Karnoza I. Gamification in English Language Teaching: Theoretical Foundations of Motivation via Game Strategies. *Complexities of education of modern youth and students: Proceedings of the XV International Scientific and Practical Conference* (December 10–13, 2024). Paris, France: International Science Group, 2024. Pp. 227–237. DOI: 10.46299/ISG.2024.2.15.

Дипломна робота складається зі **вступу**, в якому обґрунтовується актуальність теми, визначаються об'єкт, предмет, мета і завдання дослідження, а також описується методологія роботи; двох розділів, висновку та списку використаної літератури.

У першому розділі «*Теоретичні засади гейміфікації у навчанні англійської мови*» розглядаються концептуальні основи гейміфікації, її елементи, принципи та переваги. Аналізуються сучасні підходи до впровадження гейміфікації в освітній процес і можливості її використання для викладання англійської мови.

У другому розділі «*Розробка системи гейміфікованого навчання для уроків англійської мови*» описується створення системи гейміфікованих завдань, яка враховує специфіку навчальних цілей і рівень володіння мовою студентів. Розглядаються етапи її розробки, результати апробації в навчальному процесі та оцінка ефективності для мотивації студентів і підвищення рівня їхніх знань.

У **загальних висновках** підсумовуються результати дослідження, визначаються практичні рекомендації для впровадження гейміфікації у викладання англійської мови, а також окреслюються перспективи подальших досліджень у цій сфері.

РОЗДІЛ І.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ

НАВЧАННІ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

1. Концепція, еволюція та принципи гейміфікації.

Практично більшість експертів сходяться на думці, що *гейміфікація* полягає в тому, щоб зробити неігрову діяльність схожою на гру. Це спосіб додати зовнішню мотивацію, щоб підвищити участь і продуктивність. Ось декілька визначень цього поняття у науковій літературі.

«Гейміфікація – це застосування ігрових механік, таких як підрахунок балів, хронометраж або змагання, щоб мотивувати взаємодію з продуктом чи послугою. Надання повсякденним завданням відчуття гри стимулює людей не лише виконувати їх, але й повертатися за новими» (тут і далі переклад наш – І.К.) (Koss, 2022).

«Гейміфікація – це застосування елементів і принципів ігрового дизайну в неігрових контекстах для мотивації та залучення користувачів. Іншими словами, гейміфікація бере механіки, загальні принципи та теорії, які керують ігровим процесом, і застосовує їх в інших контекстах. Зазвичай ці ігрові механіки застосовуються для вирішення проблем. Від підвищення залученості працівників до подолання апатії виборців – гейміфікація пропонує рішення для широкого кола проблем (Cloke, 2024).

Гуру гейміфікації Берталан Меско подає таке визначення: «Гейміфікація – це процес додавання ігор або ігрових елементів до завдання або процесу для заохочення участі. Гейміфікація може стати ключем до вирішення широкого кола проблем, для яких у нас наразі немає хороших рішень» (Mesko, 2024).

За визначенням Gartner, гейміфікація – це «використання ігрової механіки та дизайну досвіду для цифрового залучення та мотивації людей до досягнення своїх цілей. Важливо відрізнити гейміфікацію від відеоігор та програм лояльності, оскільки гейміфікація використовує методи з науки про поведінку, щоб «підштовхнути» людей до досягнення своїх цілей» (Gartner, 2024). Це визначення охоплює структурну

гейміфікацію («ігрову механіку») та гейміфікацію контенту («дизайн досвіду») і підкреслює важливість залучення та мотивації, щоб дати людям можливість досягти «своїх» цілей. Гейміфікацію можна використовувати для заохочення бажаної поведінки.

Гейміфікація в широкому сенсі стосується технологічного, економічного, культурного та суспільного розвитку, в якому реальність стає більш ігровою, а отже, більшою мірою може дозволити собі набуття навичок, мотиваційних переваг, креативності, грайливості, залученості, а також загального позитивного зростання та щастя. Всі ці аспекти зазвичай сприймаються як позитивні переваги гри та гри в ігри. Гейміфікація розвивається у двох основних напрямках: (1) Навмисна гейміфікація: гейміфікація визначається як навмисний процес перетворення практично будь-якої діяльності, системи, послуги, продукту чи організаційної структури на таку, що забезпечує подібний позитивний досвід, навички та практики, які можна знайти в іграх. Зазвичай це робиться з наміром сприяти змінам у поведінці або когнітивних процесах. Оскільки основним джерелом натхнення для гейміфікації є гра, гейміфікація зазвичай здійснюється за допомогою ігрового дизайну. (2) Емерджентна гейміфікація: тут гейміфікацію можна визначити як поступову та емерджентну, хоча й ненавмисну, культурну та суспільну трансформацію, що виникає внаслідок все більш широкого залучення до ігор та ігрових взаємодій. Припущення полягає в тому, що через дедалі більшу роль ігор у житті людей наші культурні та суспільні практики поступово трансформуються в такі, що дедалі більше нагадують ігри, ігрові спільноти та ігрові практики (Namari, 2024).

Гейміфікація має довгу історію. Визнана потужним інструментом залучення, вона стала майже стандартним елементом дизайну програмного забезпечення. Зважаючи на її повсюдне поширення, слово «гейміфікація» до 2003 року ніхто не вживав (не кажучи вже про те, щоб чути) (Cloeke, 2019).

Історія гейміфікації: 1900-ті роки.

1908 року було засновано рух бойскаутів. Бойскаути нагороджували своїх членів значками на знак визнання їхніх досягнень. Скаути могли заробити значки за те, що ставали досвідченими у певній діяльності, діяли відповідно до принципів організації та відвідували спеціальні заходи.

Чарльз А. Кунрадт (Charles A. Coonradt) у 1973 році написав книгу «Гра в роботу» (*The Game of Work*) (Coonradt, 2007), щоб вирішити проблему падіння продуктивності праці в США. Помітивши, що продуктивність падає на тлі зростання продажів обладнання для відпочинку та спорту, Кунрадт припустив, що розваги та ігри можуть стати відповіддю на гостру проблему залучення працівників.

У 1978 році Рой Трубшоу та Річард Бартл розробляють MUD1, першу багатокористувацьку гру про підземелля. Хоча її текстовий інтерфейс не вражав за сьогоднішніми стандартами, вона спричинила вибух соціальних онлайн-ігор (відеоігор).

У 1981 році American Airlines випускає AAdvantage, першу у світі програму для часто літаючих пасажирів. Ініціатива мала на меті заохотити лояльність клієнтів, пропонуючи винагороду за часте відвідування, – модель, яку ми й сьогодні бачимо в кожній кав'ярні.

Після того, як комп'ютерні ігри продемонстрували притаманну їм здатність залучати користувачів, почали з'являтися статті, що досліджували їхнє можливе використання. Так, у 1981 році Томас В. Малоун (Thomas W. Malone) опублікував «До теорії внутрішньо мотивуючої інструкції» (*Toward a Theory of Intrinsically Motivating Instruction*) (Malone, 1981) та «Евристика проектування приємних користувацьких інтерфейсів» (*Heuristics for Designing Enjoyable User Interfaces*) (Malone, 1982) – дві статті, в яких описано, чого можна навчитися на прикладі комп'ютерних ігор і їх застосування в інших сферах. Це стало початком визнання потенціалу ігор у науковому світі.

У 1996 році розпочалася категоризація гравців в ігри. Річард Бартл (розробник MUD1) визначив 4 типи геймерів на основі того, як різні люди підходять до гри. Ця модель згодом стала наріжним каменем багатьох ініціатив із гейміфікації.

Все більше людей починають визнавати силу «веселощів» і до ігор ставитися серйозно. Крім того, у 1999 році Стівен Дрейпер (Stephen W. Draper) публікує статтю «Аналіз задоволення як потенційної вимоги до програмного забезпечення» (Draper, 1999), в якій стверджує, що задоволення користувача має бути основною вимогою до дизайну будь-якого програмного забезпечення.

Історія гейміфікації: 2000-ні роки.

У роки, що передували кінцю тисячоліття, сила ігрової механіки повільно завойовувала визнання і ніхто не підозрював, якою культурною сенсацією стане гейміфікація.

У другій половині ХХ століття люди почали розглядати ігри як спосіб підвищити продуктивність на робочому місці. З появою концепції винагород для часто літаючих пасажирів (ефективна модель залучення) також була усвідомлена сила ігрової механіки для залучення клієнтів, єдине, чого бракувало, – це назви.

У 2002 році народжується «гейміфікація». Розробляючи ігровий інтерфейс для комерційних електронних пристроїв (банкоматів, торгових автоматів, мобільних телефонів), Нік Пеллінг (Nick Pelling) придумав «навмисно потворне» слово «гейміфікація». Тільки з появою назви історія гейміфікації по-справжньому починається. Дебютує гра America's Army – навчальний шутер від першої особи. Армія США назвала її «економічно ефективним інструментом рекрутингу». Засновано Ініціативу серйозних ігор (проект Міжнародного центру Вудро Вільсона (Woodrow Wilson) для науковців).

У 2005 році Раджат Пахарія (Rajat Paharia) заснував першу сучасну платформу для гейміфікації «Bunchball», яка підвищує залученість вебсайтів за допомогою ігрової механіки. Мине ще 3 роки, перш ніж вони приймуть термін «гейміфікація». Microsoft представляє систему Xbox 360 Gamerscore, яка стандартизує ігрові досягнення.

У 2007 році Кеван Девіс (Kevan Davis) розробляє Chore Wars – сайт для стимулювання домашньої роботи, перетворивши її на гру. Завдяки своїй фентезійній рольовій грі Chore Wars подобається батькам, дітям і навіть вибагливим сусідам по квартирі. Цього ж року 40 000 користувачів генерують понад 1 мільйон переглядів сторінок на Dunder Mifflin Affinity, вебсайті, який Bunchball створив для NBC для просування серіалу «Офіс» (*The Office*).

Брет Террілл (Bret Terrill) у 2008 році вперше використав термін «гейміфікація», згідно зі статтею в блозі, яка висвітлює його перебування на Саміті соціальних ігор 2008 року. У розмовах однією з найбільших тем є гейміфікація Інтернету. Основна ідея полягає в тому, щоб взяти ігрові механіки і застосувати їх до інших веб-ресурсів, щоб збільшити залученість. Цього ж року Sony починає пропонувати трофеї для PlayStation 3.

2009 рік ознаменувався запуском Foursquare, застосунку, що дозволяє користувачам шукати та відкривати для себе нові місця. Окрім того, що Foursquare є соціальним інструментом, він також дозволяє користувачам збирати значки та інші досягнення (наприклад, зареєструвавшись в одному і тому ж місці більше, ніж будь-хто інший протягом 60 днів, користувач може стати «мером» цього місця). Також цього року засновано платформу для гейміфікації BigDoor, яка починає надавати гейміфіковані рішення для підвищення лояльності клієнтів.

Історія гейміфікації: 2010-ті роки.

До 2010 року гейміфікація отримала визнання, на яке заслуговувала. Компанія Growth Engineering веде запеклу боротьбу з монотонним онлайн-навчанням у той час, коли гейміфікація набирає обертів. Оскільки міся зробити навчання цікавим продовжується, гейміфікація виглядає багатообіцяючим доповненням до їхнього арсеналу.

У 2010 році Джейн Макгонігал (Jane McGonigal) виступає з новаторською промовою на конференції TED «Ігри можуть зробити світ кращим» (*Gaming Can Make a Better World, in which she prophesies a game-based paradise*), в якій вона пророкує ігровий рай і яка цілком може стати визначальним моментом в історії гейміфікації. Також цього року 1) на конференції DICE 2010 Джессі Шелл (Jesse Schell) прогнозує, що гейміфікація буде всюди, від зубної щітки до податкової декларації; 2) Гейб Зіхерманн (Gabe Zichermann) випустив екзамен «Маркетинг на основі ігор: Натхнення лояльності клієнтів» (*Game-Based Marketing: Inspire Customer Loyalty*), в якій досліджує, як ігрові механіки можуть бути використані для залучення клієнтів та 3) Bunchball та Badgeville використовують термін «гейміфікація» для опису своїх послуг, оскільки він набуває популярності.

У 2011 році Gamification Co. проводить перший саміт Gsummit у Сан-Франциско, залучаючи близько 400 учасників (до 2014 року їхня кількість подвоїться). На саміті було офіційно презентовано книгу Джейн Макгонігал (Jane McGonigal) «Reality is Broken», яка змінила правила гри. Під час конференції СНІ (Computer-Human Interaction) 2011, яка започатковує Дослідницьку мережу гейміфікації (Gamification Research Network), відбувся воркшоп «Гейміфікація: Використання елементів гейм-дизайну в неігрових контекстах». Також цього року Age You A Human випускає PlayThru, гейміфіковану верифікацію людини, Apple додає досягнення до Game Center з випуском iOS 5, а Fitbit випускає застосунок для відстеження активності Fitbit.

У 2012 році дослідницька компанія Gartner прогнозує, що до 2014 року 70% організацій зі списку Global 2000 матимуть щонайменше один гейміфікований застосунок. Цього ж року Badgeville отримує \$25 млн фінансування, що демонструє впевненість у гейміфікації, Amazon випускає сервіс GameCircle для відстеження досягнень і таблиць лідерів, Growth Engineering Technologies запускає Mozilla Open Badges, щоб встановити онлайн-стандарт для визнання навчальних досягнень, а Наомі Олдерман (Naomi Alderman) випускає застосунок для фітнесу Zombies, Run!, який перетворює пробіжку в парку на моторошну гру про втечу від зомбі.

У кампусі Університету Ватерлоо в Стратфордї проходить конференція Gamification 2013. Ця конференція об'єднує дослідження в різних галузях, від некомерційних до залучення клієнтів. Під час конференції на семінарах та презентаціях обговорювали, як ефективніше використовувати ігрову механіку, і передбачали час, коли гейміфікацію використовуватимуть майже в кожній галузі. У цьому році доповідь Гейба Зіхермана (Gabe Zichermann) «Революція гейміфікації: Як використовувати залучення як виграну стратегію зверху донизу» (*The Gamification Revolution: How to Use Engagement as a Winning Strategy from Top to Bottom*) була визнана презентацією №1 на GSummit 2013. Amazon оновлює свою систему батьківських настанов FreeTime на пристроях Kindle, що дозволяє батькам винагороджувати своїх дітей за досягнення освітніх цілей.

Оскільки великий відсоток ініціатив із гейміфікації не приносить бажаного результату, у 2014 році з'являється безліч статей, в яких оголошується про кінець гейміфікації як бізнес-стратегії. Як виявилось, що ініціативи зазнали невдачі, оскільки їхня реалізація не мала чіткої бізнес-цілі. Гейміфікація починає розглядатися не як чудодійний засіб від низької залученості, а як інструмент для боротьби з нею. Цього року Чемпіонат світу з гейміфікації лояльності проводить свій світовий фінал в режимі онлайн.

У 2015 році Gallup публікує дослідження щодо виявлення тривожних тенденцій у залученості співробітників. Згідно з дослідженням лише 31% працівників демонструють залученість до своєї роботи, а найменш залученою групою є міленіали – 28,9%. HR-відділи великих компаній запускають випробування гейміфікації, щоб вирішити проблему залученості. Цього року оновлюється застосунок Google Play Games, що дозволяє користувачам записувати та ділитися відео з підтримуваних мобільних ігор.

У 2016 році гейміфікація стає вірусною, про що ніхто не здогадується. Pokémon Go – один із найуспішніших застосунків гейміфікації усіх часів з понад 800 мільйонами завантажень. Люди, які зазвичай відмовляються від колекціонування жетонів, активно патрулювали вулиці в пошуках рідкісних покемонів. Snapchat випускає Streaks, представивши світу абсолютно нову функцію гейміфікації. В рамках свого проєкту AlphaGo, Google DeepMind розробляє штучний інтелект, який стане експертом у грі. У березні цього року Лі Содол (Lee Sodol), чемпіон світу з го, китайської настільної гри, програв комп'ютеру. Щоб перемогти, AlphaGo потрібно було на льоту адаптувати свою стратегію до кожного кроку Содола.

2017 став роком, коли на сцену вийшла Gamification Europe. Вперше сотні пристрасних прихильників гейміфікації зібралися разом, щоб обмінятися ідеями та стратегіями. Крім того, на Всесвітньому урядовому саміті (World Government Summit) була розроблена стратегія застосування гейміфікації в освіті. Ці дві події ініціювали ширше застосування ігрових механік. Як результат, гейміфікація перетворилася з нової концепції на інструмент, яким користуються дизайнери в усьому світі.

До 2018 року майже всі застосунки так чи інакше включають гейміфікацію. Вона вже не тільки в застосунках для вивчення іноземних мов і фізичних вправ, але й у медитації, списках справ, заявах на роботу, прибиранні сміття, спостереженні за дикою природою, збиранні чаю – для всього знайдеться гейміфікований застосунок.

Сьогодні набагато важче помітити гейміфікацію. Не тому, що її стало менше, а тому, що її просто дуже багато – вона всюди і відома під різними назвами – від поведінкового дизайну до досвіду, орієнтованого на залучення. У певному сенсі гейміфікація зачіпає саму суть людської природи, допомагаючи людям у їхньому постійному прагненні до визнання, заохочення чи пригод (Koss, 2022).

Загальні елементи гейміфікації.

Ігри пропонують десятки, якщо не сотні, механік і концепцій, які гейміфікують повсякденну діяльність та оточення. Ось кілька найпоширеніших ігрових елементів, які можна побачити в успішних продуктах (Koss, 2022):

1. *Meta (Purpose)* – прищеплення відчуття особливої обраності для епічного квесту та внесок у щось більше, ніж ти сам. Це є її суть. Розповідь часто передає це.

2. *Прогрес (Progress)* – це показник того, що ви долаєте перешкоди і наближаєтесь до своєї мети. Він часто має форму балів, рівнів, битв із босами та індикаторів прогресу.
3. *Тиск (Pressure)* створюється за допомогою стимулювання термінових дій, страху програти або відчуття, що ви не можете повернути назад. Таймери зворотного відліку, смуги і дефіцитні колекційні предмети – все це приклади тиску в дії.
4. *Позиція (Position)* у гейміфікації означає, що є спосіб продемонструвати свої досягнення і змагатися з іншими гравцями або порівнювати себе з ними. Це проявляється в іграх у вигляді полиць із трофеями, значків і таблиць лідерів.
5. *Гра (Play)* – це відчуття веселощів, задоволення і несподіванки. Типовими прикладами гри є великодні яйця, вибір розгалужень, дослідження та кастомізація.

Приклади гейміфікації.

Принципи ігрового дизайну, що лежать в основі успішного продукту або досвіду, часто невидимі для користувача. Люди, які редагують статтю у Вікіпедії або роблять ставки на аукціоні eBay, не думають, що вони грають у гру.

Ось декілька прикладів гейміфікації в дії (Koss, 2022):

- *Duolingo* – смуги для щоденних занять. Це застосунок для вивчення іноземної мови, що змушує користувачів повертатися, щоб продовжити свою «смугу», яка означає кількість днів поспіль, протягом яких користувач пройшов урок. Смуги представлені іконкою полум'я, і якщо користувач не досягає своєї смуги, полум'я гасне. Цей елемент гейміфікації заохочує користувачів перевіряти додаток щодня.
- *Peloton* – таблиця лідерів для покращення успішності. Це гейміфікований застосунок для заняття домашнім фітнесом, який компанія використовує для заохочення своїх клієнтів продовжувати тренуватися на своєму флагманському продукті – велотренажері. Кожен користувач має доступ до таблиці лідерів Peloton, яка інформує його про те, як він тренується порівняно з іншими користувачами, мотивуючи його продовжувати займатися і покращувати свою позицію. (Крім того, Peloton додав до своїх пропозицій справжню гру, яка виглядає як щось середнє між Mario Kart та Guitar Hero).
- *Greenlight* – бали за економію грошей. *Greenlight* – це фінтех-компанія, яка створює застосунок для бюджетування та дебетову картку для дітей і підлітків. Її застосунок щомісяця пропонує фінансові заохочення для користувачів, які заощаджують більше. Цей гейміфікований елемент покликаний прищепити підліткам звичку заощаджувати гроші, а не витратити їх.

- *Headspace* – заохочення за щоденне використання. *Headspace* використовує принципи ігрового дизайну, щоб допомогти своїм користувачам зробити медитацію звичкою. Функція «смуги», подібна до функції *Duolingo*, мотивує користувачів використовувати застосунок щодня, щоб підтримувати свої «смуги». Він також відзначає досягнення, що дає користувачам відчуття завершеності, і цей принцип посилюється шляхом нагородження їх значками в міру їхнього прогресу в застосунку.
- *Superhuman* – ярлики для нульової поштової скриньки. *Superhuman* – це поштовий клієнт, призначений для «потужних користувачів» електронної пошти, які хочуть досягти нульового рівня папки «Вхідні». Компанія використовує принципи ігрового дизайну у своєму продукті. Наприклад, вона проводить для нових користувачів індивідуальну навчальну сесію, навчаючи їх комбінаціям клавіш та підказкам, як швидко відповідати на листи. Якщо вони тонуть у непрочитаних листах, *Superhuman* починає все з чистого аркуша, встановлюючи нульову папку «Вхідні» в межах досяжності. Коли користувачі нарешті переглядають усі свої листи, на них чекають фотографії природи у високій чіткості, які дарують відчуття тріумфу.
- *Starbucks* – винагорода за часті покупки. Мобільний застосунок *Starbucks Rewards* гейміфікує процес купівлі кави. Це більше, ніж проста перфокарта, яка визначає багато базових програм лояльності ресторанів, цей додаток створює маховик, який заохочує до частого використання. Використовуючи машинне навчання, додаток надає персоналізовані спеціальні пропозиції, які заохочують користувачів відвідувати магазин і купувати певні товари, щоб розблокувати додаткові винагороди.
- *LinkedIn* – індикатор прогресу для заповнення профілю. Професійна соціальна мережа відображає індикатор прогресу, щоб заохотити користувачів заповнювати свої сторінки профілю. На сторінці також з'являється значок трофею з приміткою, яка інформує користувачів про те, що коли вони повністю заповнять свої профілі, то стануть «зірками» і отримають більше переглядів профілю.

- *Ambition* – конкурси на досягнення цілей продажів. Програмні продукти *Ambition* розроблені, щоб допомогти командам продажів досягти своїх амбітних цілей, і для цього вони використовують гейміфікацію. Наприклад, можна створювати змагання для досягнення цілей продажів, таблиці лідерів та автоматизувати святкування, коли члени команди виконують свою квоту.

У міру того, як гейміфікація набувала популярності, вона викликала шквал критики. Деякі організації та дизайнери скористалися поверхневим розумінням того, як працюють ігри, зосередившись на зовнішніх винагородах і маніпулятивних механізмах, що іноді називають гейміфікацією в чорному капелюсі (Koss, 2022).

Незалежно від того, чи застосовує продукт або послуга термін «гейміфікація», багато з них – від Yelp до Waze, від LinkedIn до Snapchat, від Nike+ до Fitbit – є популярними, частково тому, що вони цілеспрямовано розроблені з використанням ігрових механізмів (Koss, 2022).

1.2. Мотивація та гейміфікація у навчальному процесі.

Теорії та принципи.

У книзі Карла Каппа (Kapp, 2012) «Гейміфікація навчання та викладання» (*The Gamification of Learning and Instruction*) розглянуто декілька теорій і принципів, які полегшують навчання та викладання за допомогою гейміфікації. Внутрішня мотивація слугує фундаментальним поняттям, що підкреслює вроджене прагнення до залучення та задоволення від процесу навчання. Це відповідає теорії самодетермінації (*Self-Determination Theory*) Райана і Деці (Ryan and Deci, 2017), яка підкреслює автономію, компетентність і спорідненість як важливі елементи, що сприяють стійкому внутрішньому прагненню. Далі Капп досліджує «Принципи розробки навчальних програм» Малоуна і Леппера (Malone and Lepper, 1987) для внутрішньої мотивації, підкресливши важливість контролю, виклику, допитливості та контекстуалізації для посилення внутрішньої мотивації учнів. Ці ідеї підтверджуються кількома дослідженнями, зокрема Malone і Lepper (1987), які підтверджують позитивний вплив добре структурованих завдань й автономії на мотивацію.

І навпаки, зовнішня мотивація (*extrinsic motivation*) підкреслює важливість зовнішніх винагород і визнання як стимулів для учнів (Karr, 2012). Кілька досліджень, зокрема Алексіу та Шипперс (Alexiou and Schippers, 2018), підтримують цю концепцію, підкреслюючи важливість ефективно структурованої системи винагород. В іншому дослідженні Капп (Karr, 2012) окреслив різні концепції та ідеї, які лежать в основі навчального дизайну. Початковою моделлю є модель ARCS, яка охоплює увагу, релевантність, впевненість і задоволеність. Ця модель підкреслює необхідність привернення уваги, встановлення релевантності, зміцнення впевненості через чіткі очікування і забезпечення задоволення шляхом застосування знань у практичних контекстах, використовуючи при цьому внутрішню мотивацію і дотримуючись послідовних стандартів для тривалого залучення учнів. Таксономія внутрішньої мотивації (*Taxonomy of Intrinsic Motivation*) ще більше диференціює внутрішню мотивацію, розкриваючи складні аспекти, які впливають на внутрішнє прагнення учнів.

Численні визнані теорії підтримують фундаментальну роль гейміфікації та цифрових ігор у навчанні та тренінгах. Класичні та оперантні теорії обумовлення (*Classical and operant conditioning theories*) Б.Ф. Скіннера та І.П. Павлова підкреслюють важливість підкріплення для модифікації поведінки. Дослідження Каппа також охоплює психологічні аспекти навчання, інтегруючи такі теорії, як розподілена практика, рихтування та епізодична пам'ять. Принцип розподіленої практики (*Distributed Practice*), як свідчать дослідження, в тому числі Серпеда та ін. (2006), підкреслює важливість розділених інтервалів і практики в процесі навчання. *Scaffolding*, що базується на зоні найближчого розвитку (*Zone of Proximal Development*) Л.С. Виготського, підкреслює необхідність надання відповідної допомоги учням на різних рівнях, щоб сприяти створенню індивідуалізованого і прогресивного освітнього середовища. Епізодична пам'ять, запозичена з когнітивної психології, стосується пошуку інформації під впливом контекстуальних підказок, що підтверджується дослідженнями пам'яті та стимулів навколишнього середовища (Godden & Baddeley, 1975). Крім того, теорія соціального навчання (*Social Learning Theory*), заснована на дослідженнях А. Бандури (Bandura, 1999), підкреслює важливість спостереження та імітації в процесі навчання. Теорія потоку (*Flow Theory*), сформульована Каппом, підкреслює когнітивну активність і залученість

учнів, коли вони занурені у складне, але досяжне завдання, яке включає такі елементи, як чіткі цілі, зворотний зв'язок і зменшене самоусвідомлення. Дослідження потоку, проведене Накамураю-Чіксентміхалі (Nakamura J. & Csíkszentmihályi M.) у 2009 році, підтверджує ідею про те, що ці фактори позитивно впливають на залученість і внутрішню мотивацію. Зрештою, представлені теорії та ідеї охоплюють широкий спектр психологічних, мотиваційних та дизайнерських факторів, які роблять гейміфікацію та цифрові ігри корисними для навчання та викладання.

Біхевіористські теорії.

Біхевіористські теорії, які суттєво впливають на розуміння навчання та мотивації, пропонують фундаментальну основу для аналізу ефективності гейміфікації у викладанні англійської мови (англійської мови професійного спрямування). Біхевіоризм, пов'язаний з такими психологами, як Б.Ф. Скіннер, зосереджується на спостережуваній поведінці та впливах навколишнього середовища, які на неї впливають (Skinner, 1984).

В рамках гейміфікації біхевіористські теорії прояснюють кілька фундаментальних елементів:

- біхевіоризм підкреслює, що винагороди, такі як бали, значки чи заохочення, можуть посилити бажану поведінку. У гейміфікованому навчанні англійської мови призи мотивують учнів до активної діяльності, участі в дискусіях і досягнення навчальних цілей, підсилюючи їхні зусилля у вивченні мови. Це також підкреслює важливість негайного зворотного зв'язку, який гейміфіковані підходи забезпечують за допомогою систем балів або оцінювання в режимі реального часу, допомагаючи учням виправляти помилки та ефективно вдосконалювати свої навички;

- біхевіоризм, завдяки оперантному обумовленню, змінює поведінку за допомогою підкріплення і покарання. Гейміфіковане навчання застосовує цей підхід, винагороджуючи бажану навчальну поведінку та заохочуючи ефективні навчальні звички. Його фокус на поведінці, яку можна спостерігати, узгоджується з відстеженням прогресу в навчанні англійської мови, де етапи, досягнення або таблиці лідерів дають відчутне уявлення про прогрес учнів, підвищуючи мотивацію та заохочуючи до подальшого прогресу.

Важливо визнати, що біхевіоризм – це лише одна з теоретичних основ, які лежать в основі застосування гейміфікації в навчанні англійської мови. Гейміфікація включає в себе конструктивістські теорії та теорії залучення, а також когнітивну психологію, щоб розробити комплексну стратегію для покращення засвоєння іноземної мови. Ці теорії разом покращують розуміння того, як гейміфікація може ефективно залучати та заохочувати тих, хто вивчає мову, в цифрову епоху.

Конструктивістські теорії.

Конструктивістські ідеї суттєво впливають на сучасні освітні практики та надають важливе розуміння впровадження гейміфікації в навчанні англійської мови. На відміну від біхевіоризму, який надає пріоритет зовнішнім впливам і діям, які можна спостерігати, конструктивізм, заснований на теоріях Жана Піаже та Льва Виготського, підкреслює активну роль учнів у конструюванні власних знань через взаємодію з навколишнім середовищем (Waite-Stupiansky, 2017).

У рамках гейміфікації доречними є численні фундаментальні принципи конструктивістських теорій:

- конструктивізм підкреслює важливість активного навчання, коли учні беруть участь у формуванні свого розуміння. Гейміфіковане навчання англійської мови дотримується цього підходу, мотивуючи учнів до активної участі у вправах з вивчення мови. Гейміфікація сприяє активності та залученню учнів через такі види діяльності, як розв'язування лінгвістичних головоломок, спілкування з однолітками та вивчення інтерактивних наративів (Yoong et al., 2019). Крім того, конструктивізм надає пріоритет вирішенню проблем як методу набуття знань. Гейміфіковане онлайн-навчання часто пропонує учням виклики, головоломки або автентичні мовні ситуації, які вимагають вміння вирішувати проблеми. Включаючи ці аспекти, гейміфікація мотивує учнів використовувати свої мовні навички в практичних ситуаціях, сприяючи глибшому розумінню мовних структур і застосувань (Aldahash & Alenezi, 2021);

- конструктивістські теорії підкреслюють важливість соціального контакту в процесі навчання. Гейміфіковане навчання англійської мови може включати компоненти співпраці, зокрема групові вправи, бесіди з однолітками або багатокористувацькі мовні ігри. Така взаємодія заохочує обмін знаннями та пропонує

учням можливість обговорювати значення та покращувати мовну компетенцію через соціальну залученість. Крім того, конструктивізм підкреслює необхідність того, щоб учні брали на себе відповідальність за свою освіту. У гейміфікації учні часто мають автономію та можливість самостійно визначати свою освітню траєкторію, обираючи види діяльності або квести, що відповідають їхнім інтересам та цілям. Ця автономія дозволяє учням налаштовувати свій досвід вивчення мови відповідно до своїх конкретних вимог та вподобань (Aldahash & Alenezi, 2021);

- конструктивістські методології заохочують учнів до роздумів над своїми навчальними процесами та участі в метапізнанні, що передбачає рефлексію над своїми когнітивними процесами. Гейміфіковане навчання англійської мови може включати моменти для роздумів, можливості для самооцінки чи підбиття підсумків, які дають змогу учням оцінити свій прогрес, розпізнати сфери, що потребують вдосконалення, та розвивати метакогнітивні навички, життєво важливі для опанування мови (Yoong et al., 2019).

Дотримуючись конструктивістських принципів, гейміфіковане середовище для навчання англійської мови надає учням можливість брати активну участь у вивченні мови, поглиблювати свої знання та розвивати глибоке розуміння англійської мови. Ці конструктивні, орієнтовані на учня методики підвищують мотивацію та сприяють отриманню значного досвіду у вивченні мови.

Теорія потоку та залучення.

Теорія потоку, розроблена психологом Міхалом Чіксентміхаї, пропонує значну перспективу для розуміння функції гейміфікації в електронному навчанні, виділяючи поняття «потоку» – стану максимального залучення та поглинання. Теорія потоку стверджує, що люди досягають оптимальної мотивації та щастя, коли повністю занурені в діяльність, яка представляє баланс між викликом та компетентністю (Nakamura & Csíkszentmihályi, 2009).

У сфері гейміфікації в навчанні англійської мови на увагу заслуговують певні елементи теорії потоку та залучення:

- теорія потоку стверджує, що люди найбільш схильні досягати стану потоку, коли займаються завданнями, які представляють ідеальний рівень складності. У

гейміфікованому навчанні рівновага між викликом і навичками ретельно продумана, щоб відповідати рівню компетентності студента. Ми даємо здобувачам освіти лінгвістичні завдання, які є достатньо складними, що дозволяє уникнути нудьги та розчарування, а також сприяє постійному залученню. Потік часто пов'язаний з наявністю чітких, досяжних цілей. Гейміфіковане навчання англійської мови пропонує учням чіткі цілі, такі як заробляння балів, проходження квестів або досягнення певних етапів мовної компетенції. Ці цілі слугують мотиваційними елементами, які спрямовують зусилля учнів і надають їм відчуття мети в процесі вивчення мови (Krath et al., 2021);

- потік покращується завдяки швидкому та інформативному зворотному зв'язку, що дозволяє учням змінювати свою діяльність у міру просування вперед. Гейміфіковане онлайн-навчання інтегрує системи зворотного зв'язку в режимі реального часу, включаючи бали, індикатори прогресу та сповіщення про досягнення, що дозволяє учням стежити за своєю успішністю та вносити необхідні зміни, сприяючи таким чином безперервному залученню (Jogo et al., 2022);

- теорія потоку стверджує, що люди, які відчувають потік, демонструють підвищену концентрацію та зосередженість на поточному завданні. Гейміфіковане навчання допомагає учням зосередитися, пропонуючи їм інтерактивні мовні вправи, історії або завдання, які змушують їх забути про інші речі, що відбуваються навколо, і зосередитися на навчанні. Потіковий досвід в основі своїй природно мотивує. Гейміфіковане онлайн-навчання використовує внутрішній потяг учнів, забезпечуючи розважальний та корисний досвід вивчення мови. Ігрові елементи, такі як значки, таблиці лідерів та досягнення, працюють як зовнішні мотиватори, що підсилюють внутрішній потяг, створюючи цикл залучення (Krath et al., 2021).

Освітня прагнуть створити найкращий навчальний досвід, який підвищує мотивацію та поглиблює зацікавленість англійською мовою, впроваджуючи ідеї теорії потоку в гейміфіковане середовище навчання англійської мови. Такий досвід занурення має на меті оптимізувати переваги гейміфікації та сприяти вивченню мови у цікавий та ефективний спосіб.

Теорія самоефективності.

Самоефективність – це віра у власну здатність досягти поставленої мети, що впливає на те, як люди стикаються з проблемами та розробляють стратегії для досягнення успіху. Люди з високою самоефективністю мотивовані, цілеспрямовані та стійкі, навіть коли стикаються з невдачами. Ця віра часто пророкує успіх точніше, ніж фактичні навички чи досвід, оскільки вона формує сприйняття потенціалу за межами існуючих обставин.

Згідно з соціальною когнітивною теорією А. Бандури (1999), самоефективність дозволяє людям здійснювати контроль над своїм життям і діяти на шляху до своїх цілей. В освіті розвиток самоефективності вимагає автономного середовища, в якому учні відчують свою спроможність. Вчителі відіграють ключову роль, впливаючи на самосприйняття учнів, заохочуючи саморегуляцію та виступаючи рольовими моделями. Гейміфікація відповідає принципам самоефективності, створюючи умови, які розширюють можливості учнів, надають інструменти для досягнення успіху та винагороджують за досягнення, посилюючи мотивацію та впевненість у собі.

В освіті застосовуються різні концепції і тактики, щоб прищепити учням відчуття їхніх потенційних досягнень. Ці інструменти мають виконувати подвійну функцію: надавати навчальну інформацію та сприяти самодостатності (Schunk & DiBenedetto, 2016). Клас є соціальним конструктом і слугує ідеальним середовищем для учнів, де вони можуть оцінити свої здібності порівняно з однолітками. Коли учні спостерігають за досягненнями своїх однолітків, вони усвідомлюють власний потенціал для досягнення подібного успіху. Соціальна спорідненість є ключовим терміном у теорії самоефективності та соціальній когнітивній теорії. З іншого боку, такий підхід може призвести до того, що учні побачать свої обмеження. Щоб посилити мотивацію, а не зменшити здібності, вчителі повинні створити відповідне навчальне середовище (там же). Ефективне навчальне середовище надає учням чіткий шлях до знань, гарантуючи, що всі особи визнають свій потенціал (Fulton, 2019, с. 30). Класні керівники можуть підвищити самоефективність учнів, демонструючи ефективні практики і ставлячи учнів у досяжні ситуації. Крім того, вчителі повинні диференціювати навчання, щоб забезпечити баланс між наявними знаннями учнів та

знаннями, необхідними для успішного виконання завдання. Гейміфікація є складним процесом і може впливати як на внутрішні, так і на зовнішні мотиватори. Отже, гейміфікація виходить за рамки простого включення ігрових компонентів; вона тягне за собою реконфігурацію навчання та мотивації (там же).

Принципи гейміфікації дозволяють учителям створювати інтерактивне середовище, яке сприяє залученню учнів та підвищенню їхньої самооцінки. Хоча гейміфікація підвищує зацікавленість та участь, її справжня ефективність полягає в активному залученні здобувачів освіти для підвищення їхньої залученості та академічної успішності (там же, с. 31).

Використовуючи принципи самоефективності в гейміфікованому середовищі для навчання англійської мови, учителі прагнуть розширити можливості учнів, виховуючи в них впевненість, стійкість і почуття досягнення. У таких умовах використовуються мотиваційні стратегії та індивідуальна допомога, щоб зробити навчання цікавим та ефективним, покращити мовні навички та самооцінку, що веде до довготривалого академічного успіху.

Гейміфікація виникла як динамічна та міждисциплінарна галузь на перетині освіти, психології та технологій. Її зростаюча популярність демонструє, як вона може змінити спосіб навчання учнів, впроваджуючи ігровий дизайн та мотиваційні принципи в освітнє середовище. Інтеграція гейміфікації в педагогічні практики створює сприятливий ґрунт як для наукових досліджень, так і для практичного застосування.

Еволюція технологічних платформ сприяла розвитку гейміфікації, але для її успішного впровадження потрібно більше, ніж просто технологічний прогрес. Освітняни та дослідники повинні спиратися на психологічні теорії мотивації та застосовувати складні принципи гейм-дизайну, щоб повністю використати її потенціал. Наступним важливим кроком у дослідженні є впровадження вдосконалених методологій, які зосереджуються на конкретних ігрових компонентах та їхньому впливі на різні демографічні групи учнів. Такий цілеспрямований підхід сприятиме розробці науково обґрунтованих найкращих практик, що підвищить ефективність та актуальність гейміфікації в різних освітніх середовищах.

Гейміфікація – це не просто відтворення ігор у класах, а свідоме впровадження ігрових принципів для збагачення навчального процесу. Щоб досягти цього, учителі повинні поглибити своє розуміння ігрових механізмів, узгодивши їх з навчальними цілями та потребами учнів. Такий підхід підкреслює важливість адаптації гейміфікованих стратегій до конкретних профілів учнів, що сприяє залученню та досягненню вимірюваних результатів навчання.

Крім того, впровадження гейміфікації вимагає трансформаційних змін у розробці навчальних програм. Це вимагає від учителів переосмислення своїх ролей, сприяючи створенню навчального середовища, яке поєднує структуроване керівництво з більшою автономією здобувачів освіти. Така зміна парадигми кидає виклик традиційним рамкам навчання, надаючи учням можливість взяти на себе відповідальність за свій навчальний шлях і демонструвати майстерність за допомогою інноваційних засобів.

Наша робота підкреслює необхідність подальшого вивчення та критичної оцінки гейміфікації в освіті, зокрема в англійськом класі. Подальші дослідження необхідні для розуміння тонких взаємозв'язків між гейміфікованими стратегіями, характеристиками учнів та освітніми результатами. Крім того, нам потрібні суворі рамки оцінювання, щоб забезпечити відповідність нового програмного забезпечення та платформ педагогічним цілям. Розв'язавши ці проблеми, гейміфікація може перетворитися на наріжний камінь сучасної освіти, сприяючи залученню, мотивації та трансформації навчального досвіду.

1.3. Використання гейміфікації у навчанні англійської мови.

В останні роки використання цифрової гейміфікації у навчанні англійської мови зростає (Dehghanzadeh et al., 2019). Англійська як іноземна мова (EFL) означає наукову діяльність з вивчення англійської мови в країні, де вона не є домінуючою мовою. Англійська як друга іноземна мова (ESL), або англійська як додаткова мова, стосується вивчення англійської мови тими, хто не є її носієм у країні, де англійська мова є домінуючою (Barber та ін., 2009). Ми об'єднуємо ці два терміни, оскільки і EFL, і ESL стосуються тих, хто вивчає англійську як другу мову, чия рідна мова не є

англійською. Покращення навичок аудіювання, говоріння, читання та письма у тих, для кого англійська мова не є рідною, стало важливою сферою досліджень через виклики, з якими вони стикаються. Це питання досліджували Liu та Chu (2010), Dehghanzadeh та ін. (2019), Zohud (2019).

Упродовж історії навчання англійської мови використовувалися різноманітні підходи до викладання. Починаючи з 1970-х років, термін «комунікативний» використовувався в контексті навчання англійської як іноземної або другої мови. Це призвело до створення двох педагогічних підходів: комунікативного навчання мови (*Communicative Language Teaching (CLT)*) та навчання мови на основі завдань (*Task-Based Language Teaching (TBLT)*) (Howatt and Smith, 2014).

CLT – це педагогічний підхід, який наголошує на взаємодії та діалозі в процесі вивчення мови (Savignon, 1991). Тим не менш, деякі вчені стверджують, що CLT не змогло досягти поставлених цілей у різних контекстах навчання англійської мови. Здебільшого це пов'язано з недостатніми можливостями для учнів використовувати англійську мову поза класом (Humphries and Burns, 2015; Lee and Wallace, 2018). TBLT, варіант CLT, надає пріоритет використанню автентичної мови для виконання значущих завдань, таких як проведення інтерв'ю, відвідування лікарів або планування подорожей мовою, що вивчається (Skehan, 2003). Інші педагогічні підходи, які часто застосовуються у навчанні англійської мови, включають перевернуте навчання (*flipped learning*), яке має на меті дати можливість учителям та здобувачам освіти перевернути традиційну динаміку в класі. Хоклі та Дудені (Hockly and Dudeney, 2018) стверджують, що учні можуть здобувати знання за допомогою лекцій вдома, що дає їм змогу використовувати час у школі для виконання завдань. Численні дослідження довели ефективність перевернутого навчання в досягненні навчальних цілей занять з англійської мови як іноземної (Chen Hsieh та ін., 2017).

У наш час технологічні та освітні вдосконалення призвели до розширення спектру навчальних середовищ, які надають учням нові можливості для вивчення мови. Вони охоплюють платформи соціальних мереж, ігрові платформи, спільні проекти, ініціативи телеспівпраці та різноманітні мешапи (*mashup*) (Kessler, 2018, с. 208).

Ігри – це сфера, що стрімко розширюється (Kessler, 2018). Гейміфікація - це сучасна освітня стратегія, спрямована на посилення залучення студентів шляхом створення приємної та захоплюючої атмосфери навчання. Вважається, що вона посилює участь і мотивацію студентів у навчальному процесі (Deterding та ін., 2011a; Kapp, 2012; Vicen and Kocakooun, 2018). В освітньому середовищі, яке використовує гейміфікацію, учні часто відчують підвищену зацікавленість і задоволення, а також негайний зворотний зв'язок. Вони мають можливість досягти успіху, долаючи проблеми, що призводить до відчуття задоволення (Vicen and Kocakooun, 2018).

Було проведено багато досліджень щодо того, як гейміфікацію можна використовувати для вивчення іноземних мов, оскільки вона стає все більш популярною у вивченні мов (Dehghanzadeh та ін., 2019; Shortt та ін., 2021; Su та ін., 2021). Су та ін. (2021) порівняли 64 дослідження, проведені з січня 2000 року по серпень 2020 року, що були зосереджені на оцінці ефективності мобільного вивчення мови на основі ігор (*Mobile Game-Based Language Learning (MGBLL)*) порівняно з немобільним вивченням мови на основі ігор (*Nonmobile Game-Based Language Learning (NMGBLL)*). Це дослідження виявило широке використання гейміфікації у вивченні мови, особливо в імерсивних та симуляційних іграх. Це може бути результатом інтеграції різноманітних ігрових функцій, включаючи цілі, постійний зворотний зв'язок та автономію, які ефективно підтримують мотивацію, впевненість та допитливість учнів. Крім того, дослідження показало, що MGBLL часто включають гейміфікацію, що, ймовірно, пов'язано з простотою застосування гейміфікації на портативних мобільних пристроях. Найпоширенішими компонентами гри були «цілі або правила, сенсорні стимули та адаптивні виклики» (Su et al., 2021, с. 16). Адаптивні виклики означають, що добре розроблена гра може змінювати рівень складності завдань відповідно до навичок гравців, переконуючись, що завдання не є ні надто легкими, ні надто важкими. Основними результатами навчання було розширення словникового запасу та позитивний емоційний стан, який відчували учні. Шорт та ін. (2021) провели систематичний огляд 35 робіт, опублікованих з 2012 по 2020 рік. У дослідженні вивчався дизайн, впровадження та методи навчання, пов'язані з використанням *Duolingo*, поширеної платформи гейміфікації в застосунках для мобільного вивчення мови. Результати дослідження показали прямий

зв'язок між використанням *Duolingo* та рівнем володіння іншими мовами, зокрема, покращенням академічної успішності з англійської мови, розширенням словникового запасу, покращенням навичок аудіювання та підвищенням комунікативних здібностей англійською мовою. Учасники підкреслили інтерактивні та гейміфіковані елементи дизайну *Duolingo*. Конкретні елементи гейміфікації, такі як значки, стрічки, бали та таблиці лідерів, були сприйняті добре. Однак, коли початковий ентузіазм щодо гейміфікованих презентацій згасає, стає очевидним, що ігрові елементи не можуть компенсувати дизайнерські рішення, які наголошують на конкуренції, а не на співпраці, а також на повторенні та перекладі, а не на змістовному зворотному зв'язку та контексті (Shortt et al., 2021, с. 22). Отже, конкуренція та надмірність не є важливими елементами при розробці гейміфікованих освітніх заходів. Важливо визначити пріоритети таких атрибутів, як співпраця, релевантний внесок і контекст.

У XXI столітті інтеграція технологій в освіту стала необхідною для покращення процесу викладання та навчання. Протягом багатьох років спостерігався значний прогрес і трансформації, які сприяли розвитку комп'ютерного обладнання, програмного забезпечення та вебтехнологій в освіті. Спостерігалися суттєві зміни в освітніх цілях і методиках навчання в різних поколіннях. Нині більшість учнів класифікуються як «цифрові аборигени», що означає, що вони виростили з технологіями та володіють унікальною методологією навчання та обробки інформації (Prensky, 2001). Покоління міленіалів, або покоління Y, вирізняється своєю схильністю до обміну знаннями та залученням до таких видів діяльності, як ведення блогів, ігри та соціальні мережі. Вони вирішили взаємодіяти за допомогою текстових повідомлень, а не електронних листів, і створили систему комунікації, яка переважно використовує аббревіатури. Вони роблять акцент на онлайн-активності й готові висловлювати або приймати індивідуальні або спільні погляди. Чимало учителів іноземних мов, особливо рівня L2, застосовують різноманітні педагогічні методи, які включають інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), розподілене навчання (*Distributed Learning*), мобільні навчальні ресурси та ігрове навчання для роботи з цим типом учнів. Крім того, ці педагоги добре обізнані з тенденціями розвитку освітніх технологій та інтегрують гейміфікацію у свої методи навчання.

Наведемо приклад компанії *Deloitte*, яка займається професійним розвитком освітян. Вони створили Академію лідерства *Deloitte* і впровадили гейміфікацію навчання: ігрові елементи, такі як бейджі, щоб відзначити тих, хто успішно виконав завдання, передбачені навчальною програмою. Як частина системи заохочення, студенти можуть демонструвати свої бейджі у своїх профілях *LinkedIn*, що робить їх видимими для світової аудиторії в Інтернеті. Протягом багатьох років науковці ретельно вивчали, обговорювали та застосовували гейміфікацію у сфері вивчення другої іноземної мови (L2) та оволодіння другою мовою (SLA). Метою інтеграції гейміфікації в освіту є забезпечення більш захоплюючого й ефективного навчального процесу для учнів. Цей фактор змушує тих, хто вивчає мову L2, шукати цей досвід. Це зауваження свідчить про те, що освіта рівня L2 протягом тривалого часу тісно переплітається з технологічним вдосконаленням. Щоб викликати певну поведінку, учні потребують мотивації, а гейміфікація пропонує здобувачам освіти рівня L2 засіб для покращення засвоєння мови, одночасно розвиваючи здатність долати будь-які виклики, що виникають у класі, підрозділі чи предметі. До того, гейміфікація надає учням можливість взаємодіяти один з одним, подібно до соціальної гри. Інтеграція гейміфікації та багатьох ustalених методів і стратегій у викладанні мови L2 відбувається на основі цих критеріїв. Крім того, люди інтуїтивно реагують на такі почуття, як задоволення, емпатія та роздратування, а також дотримуються соціальних стандартів, таких як поведінка при зустрічі з будь-якою формою соціальної присутності (Fogg, 2002).

Фундаментальним компонентом освітньої гейміфікації є інтеграція навчальних цілей. Учень розглядатиме ці навчальні цілі як завдання, які потрібно виконати, щоб перейти на наступний рівень. Складність і перехід від одного рівня до іншого є важливими елементами результату навчання. Це дає учителям рівня L2 стратегії для ефективного планування процесу вивчення мови та рівнів навичок, з якими вони стикаються, а також спонукає їх переглянути свої методики, визнаючи схожість між грою та навчанням. Завдяки застосуванню гейміфікації той, хто вивчає мову на рівні L2, може сприймати себе як учасника, який прагне успішно завершити рівень. У психолого-педагогічному середовищі, як зазначають Ames (1990) і Pintrich (2003), учень просувається вперед після успішного завершення розділу, модуля або завдання.

Оцінювання засвоєння мови проводиться за допомогою різноманітних гейміфікованих заходів. Впровадження освітньої гейміфікації в процес навчання мови L2 дозволяє учителю розробляти уроки, використовуючи гейміфіковане колективне бачення. Це передбачає виділення додаткового часу на навчальну діяльність та підвищення рівня складності, з особливим акцентом на покращення вільного володіння іноземною мовою. Дотримуючись цього методу, учні стикаються з підвищеною зацікавленістю та мотивацією.

Крім того, публічне визнання досягнень учня через систему винагород, яка пропонує заохочення або похвалу, посилює мотивацію в гейміфікованому освітньому середовищі. Згідно з Buckingham (2014), бейджики, що використовуються в гейміфікації для навчання рівня L2, діють як мотиваційний інструмент, а також слугують засобом формувального оцінювання. Крім того, вони сприяють встановленню високих стандартів в іншомовному класі, створюючи перешкоди для учнів, які намагаються досягти вільного володіння мовою L2. Ілюстрацією аналогової системи винагороди є ситуація, коли учитель публічно визнає досягнення учня, нагороджуючи його золотою зіркою. Glover та ін. (2012) стверджують, що використання бейджів або системи гейміфікації, що базується на винагороді, може ефективно залучати здобувачів освіти до змагальної діяльності, наприклад, до написання наукової роботи. Втім, важливо підкреслити, що ці стимули не повинні замінювати звільнення дітей від оцінювання. Якщо це станеться, це може негативно вплинути на процес засвоєння знань (Meece, Anderman, Anderman, 2006).

1.4. Огляд сучасних гейміфікованих платформ та інструментів.

У цьому параграфі ми розглянемо чотири відомих освітніх платформи для гейміфікації: ClassCraft, Kahoot!, Seppo та Youtopia. Наш аналіз фокусується на дослідженні D. Goshevski та ін. (2017), що включає а) визначення функцій ігор відповідно до ієрархічної класифікації Werbach та Hunter (2012) та б) класифікацію гейміфікації відповідно до заснованої на винагороді та змістовної її рівнях для управління класом, запропонованих Becker та Nicholson (2016).

ClassCraft.

ClassCraft – це вебплатформа для гейміфікації, також доступна у вигляді застосунку для iOS та Android, розроблена для підвищення рівня залученості та співпраці учнів. Широко використовується у понад 20 000 американських середніх школах та на деяких університетських курсах, її тема рольових ігор (*Role-Playing Game (RPG)*) перетворює класні кімнати на інтерактивне навчальне середовище.

Платформа пропонує безкоштовний базовий доступ для вчителів та учнів, а преміум-функції доступні за \$12 на місяць (\$8 за річну підписку). Учні формують команди з 5-6 осіб і обирають одного з трьох типів персонажів – воїнів, магів або цілителів – кожен з яких має унікальні атрибути:

- XP: Очки досвіду для підвищення рівня (Experience points for leveling up).
- PP: Очки сили для розблокування нових здібностей (Power points for unlocking new powers).
- AP: Очки дії за використання здібностей (Action points for using powers).
- HP: Очки здоров'я для представлення лінії життя персонажа (Health points for representing a character's lifeline).
- GP: золоті монети для налаштування аватара учня (Gold pieces for customising the student's avatar).

Різні персонажі мають різноманітний розподіл атрибутів та унікальний набір здібностей. Такий розподіл заохочує співпрацю, а не конкуренцію між учнями, які прагнуть досягти спільної мети.

Згідно з ієрархічною класифікацією Werbach та Hunter (2012), ClassCraft інтегрує різні ігрові елементи: досягнення, значки, бої з босами, підвищення рівня та налаштування аватарів. Він містить елементи випадковості, такі як колесо долі або щоденні події, що контролюються вчителем, який виступає в ролі майстра гри. Учасники активно формують свій досвід через осмислений вибір, створюючи власний наратив.

В основі ClassCraft лежить теорія самодетермінації (SDT), яка розвиває внутрішню мотивацію, балансує між автономією, спорідненістю та майстерністю. Учні можуть обирати персонажів, шляхи та здібності, розвиваючи свободу та стійкість. Її дизайн розвиває допитливість, творчість і співпрацю, роблячи навчання більш цікавим і рефлексивним.

Seppo.

Seppo – це вебплатформа для гейміфікації, що підходить для всіх освітніх рівнів, від дошкільного до університетського. Вона отримала нагороду GESS Education Award 2017 року за сприяння навчанню на свіжому повітрі. Доступна безкоштовна пробна версія, але вона слугує лише для ознайомлення з системою, оскільки система щодня видаляє результати. Підписка коштує 99 доларів США на рік на одного вчителя або 40 доларів США за ліцензію для інституційних пакетів (25 ліцензій).

Seppo підтримує проектно-орієнтоване навчання, де кожне завдання є «грою», що складається із «челенджів» / «квестів». Ігри можуть тривати від кількох годин до кількох місяців, при цьому учні співпрацюють у командах і самі обирають порядок проходження завдань. Особливістю цього методу є навчання на місцевості, що дозволяє здобувачам освіти вирішувати завдання, прив'язані до певного місця, використовуючи пристрої з підтримкою GPS, а вчителі відстежують прогрес у реальному часі. Завдання можуть бути творчими або з декількома варіантами відповідей, які можна подавати у текстовому, графічному, відео- чи аудіо- форматах. Учителі створюють розповіді та надають зворотний зв'язок.

Seppo інтегрує ігрові елементи, такі як таблиці лідерів, бали, квести та ігрові механіки, такі як змагання, зворотний зв'язок та стани перемоги. Він підкреслює внутрішню мотивацію через змістовну гейміфікацію, що включає гру, розповідь, вибір, інформацію в реальному часі та залучення, сприяючи спільному та інтерактивному навчанню в реальних умовах.

Youtopia.

Youtopia – це платформа гейміфікації для курсів усіх академічних рівнів, що пропонує безкоштовні та платні плани. Безкоштовна версія підтримує до 50 студентів з обмеженими можливостями, тоді як необмежений доступ коштує \$1 за користувача або \$10 щорічно.

Платформа організовує ігрові елементи на основі ієрархії Вербаха і Хантера, що включає динаміку, таку як обмеження, стосунки і розповідь, а також механіки, такі як співпраця, зворотний зв'язок, винагороди і виклики. Ключовим елементом є «виклик», що складається з кількох видів діяльності, за виконання яких учні заробляють бали (наприклад, години, долари). Челенджі мають дедлайни, а вчителі контролюють прогрес.

Дослідження, проведене в Ольборзькому університеті, показало, що Youtoria сприяє комунікабельності та конкуренції серед студентів, а таблиці лідерів позитивно впливають на взаємодію. Однак студенти повідомили, що відчують себе змушеними заробляти бали для успішного проходження курсу (Ejsing-Duun & Karoff, 2014).

Youtoria в основному використовує гейміфікацію на основі винагороди, щоб стимулювати зовнішню мотивацію. Їй бракує елементів змістовної гейміфікації, таких як грайливість або адаптовані завдання, що відповідають рівню навичок учнів.

Kahoot!

Kahoot! – це безкоштовна платформа для гейміфікації, яка використовується у вищій освіті по всьому світу і налічує понад 30 мільйонів користувачів. Вона дозволяє викладачам створювати інтерактивні вікторини, дискусії та опитування, відомі як «kahoots», для посилення навчання. Студенти беруть участь індивідуально або в командах через простий процес реєстрації, не потребуючи облікового запису чи додаткового програмного забезпечення.

Kahoot! перетворює класні кімнати на захоплюючий простір з музикою та яскравими візуальними ефектами, сприяючи внутрішній мотивації через гру та допитливість. Запитання відображаються на екрані вчителя з таймерами та мультимедійною підтримкою. Бали нараховуються на основі точності та швидкості, а таблиця лідерів з 5 найкращих результатів підвищує мотивацію, уникаючи при цьому негативного впливу на учнів з низькою успішністю.

Платформа забезпечує зворотний зв'язок у реальному часі за допомогою агрегованих результатів і візуальних графіків, що сприяє обговоренню та самоаналізу в класі. Вчителі можуть експортувати статистику гри, використовуючи Kahoot! для самооцінки або офіційного оцінювання. Включаючи ігрові елементи та заохочуючи залучення, Kahoot! підтримує змістовну гейміфікацію та заохочує навчання через рефлексію та взаємодію.

Аналіз та оцінка.

Після огляду платформ гейміфікації важливо провести оцінку, щоб визначити переваги та недоліки, з якими педагоги та учні можуть зіткнутися під час взаємодії з цими платформами.

Певні ігрові аспекти універсально присутні на всіх платформах, окрім Seppo та Kahoot! ClassCraft та Youtopia використовують спільний набір компонентів, що базуються на винагороді, для залучення та заохочення учнів. Ці платформи можуть посилити мотивацію, пропонуючи зовнішні стимули. Педагоги, які впроваджують гейміфікацію на основі винагород, повинні визнати, що залучення учнів за допомогою таблиць лідерів може виявитися досить складним, оскільки вони (таблиці лідерів) можуть легко демотивувати, особливо учнів з низьким рейтингом.

І навпаки, дослідження Becker (2016) припускає, що таблиці лідерів, які відображають бали, позбавлені індивідуальної ідентичності, стимулюють учнів досягати вищих балів. Учасники можуть використовувати всі платформи, окрім Youtopia, щоб покращити свій навчальний досвід. Впроваджуючи значну систему гейміфікації, педагоги повинні визнати, що кожен учень формує особливі особисті зв'язки з навколишнім середовищем. Отже, вибір відповідної платформи, яка допоможе учням розвивати особистий зв'язок з навчальним процесом, може виявитися непростим завданням. Однак головною перешкодою у впровадженні гейміфікації у вищій освіті є час. Учителі повинні виділяти додатковий час для забезпечення регулярного зворотного зв'язку, моніторингу прогресу здобувачів освіти, розробки квестів та заохочень для різних траєкторій у рамках навчальної програми.

ClassCraft має на меті керувати курсами та підтримувати високий рівень відвідуваності та участі учнів у заняттях. Він підходить для будь-якого рівня (класу), оскільки є доменно-незалежним. Ще однією його перевагою є зв'язок з Google Classroom та Microsoft Office. ClassCraft сприяє активній співпраці, в якій різні «здібності» учнів підсилюють один одного. Обмеження платформи полягає в тому, що вона не прив'язує підсумкову оцінку до зароблених у грі грошей. Попри автоматизацію деяких завдань із гейміфікації курсу за допомогою шаблонів та надання детальних інструкцій у довідковому центрі ClassCraft, загальна складність платформи може стати головною проблемою для вчителів.

Youtopia надає мінімальний ігровий досвід. Основна причина – відсутність критично важливих ігрових функцій. Крім того, інтерфейс платформи нагадує застарілий вебзастосунок із неінтуїтивно зрозумілим дизайном. Проте, платформа підходить для короткочасної взаємодії студентів.

До основних переваг Seppo можна віднести її предметну незалежність і можливість гейміфікувати будь-яке фізичне середовище, наприклад, клас, шкільне подвір'я, музей або центр міста. З іншого боку, при використанні цієї платформи вчителі можуть зіткнутися з низкою проблем, зокрема недостатньою підтримкою індивідуальних акаунтів, відсутністю вільного доступу, обмеженим набором інструментів для співпраці та неможливістю гейміфікувати весь курс.

Kahoot! та Seppo не підтримують гейміфікацію на основі винагороди. Вони прагнуть природно мотивувати здобувачів освіти до участі в навчальному процесі. Як учні, так і вчителі можуть розробляти завдання в класі, що робить Kahoot! особливо ефективним для розвитку креативності та участі здобувачів. Kahoot! пропонує декілька переваг, серед яких безкоштовний доступ, розширена участь учнів, підвищення зацікавленості курсом, ентузіазму та впевненості серед школярів. Основною проблемою у використанні цієї платформи є підтримка уваги, мотивації та залучення здобувачів освіти, які зазвичай знижуються після кількох сесій Kahoot! (Singer, 2016). Особливо це стосується учнів, які опинилися внизу таблиці лідерів. Учителі виявили недолік в обмеженій кількості символів, дозволених для формулювання запитань і відповідей в іграх Kahoot!. Такі обмеження можуть зробити процес створення «кахуту» трудомістким і складним. Іншим недоліком є відсутність функціоналу для формулювання відкритих запитів та отримання відкритих відповідей.

Висновки до I розділу.

У цьому розділі розглянуто вплив гейміфікації на навчання англійської мови, зокрема її потенціал для підвищення мотивації, залученості та співпраці здобувачів освіти середньої школи. Інтеграція гейміфікованих активностей вимагає врахування потреб учнів, культурного контексту та освітніх цілей, а також забезпечення технологічної підтримки. Гейміфікація сприяє активній участі, розвитку навичок і створенню ефективного та захоплюючого навчального середовища. Подальші дослідження та інноваційні інструменти є важливими для повного розкриття її потенціалу в іншомовному освітньому середовищі.

Розділ II.

РОЗРОБКА СИСТЕМИ ГЕЙМІФІКОВАНОГО НАВЧАННЯ ДЛЯ УРОКІВ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ.

2.1. Аналіз змісту навчальних програм з англійської мови для 7 класу НУШ.

Обґрунтування вибору 7 класу для дослідження.

Вибір 7 класу як об'єкта дослідження в межах аналізу навчальних програм з англійської мови ґрунтується на низці педагогічних, психологічних та методологічних факторів, які визначають його унікальну роль у процесі формування мовленнєвих навичок учнів.

Учні 7 класу перебувають на етапі переходу від базового до проміжного рівня володіння іноземною мовою (ІМ) – межі між опануванням основ ІМ та поглибленим вивченням складніших мовних конструкцій. Відповідно до Загальноєвропейських рекомендацій з мовної освіти, цей етап відповідає рівню А2-А2+, що передбачає вміння учнів спілкуватися на знайомі теми, розуміти прості тексти та висловлювати власну думку. Саме на цьому рівні формується основа для переходу до В1 у старших класах.

Беручи до уваги вікові та психологічні особливості учнів, у 7 класі здобувачі освіти мають достатній мовленнєвий і когнітивний досвід, щоб брати участь у складніших комунікативних ситуаціях, таких як дискусії, аналіз текстів чи розв'язання проблем. Крім того, у цьому віці посилюється мотивація до навчання через теми, які резонують із їхнім життєвим досвідом й особистими інтересами, такими як дружба, хобі, спорт, кіно чи інтернет.

Програма 7 класу (Зимомря та ін., 2021; Редько та ін., 2021) націлена на гармонійний розвиток усіх чотирьох видів мовленнєвої діяльності (аудіювання, говоріння, читання, письмо) з одночасним поглибленням знань граматики та лексики, що відображає збалансованість навчальних цілей. У порівнянні з 5-6 класами, тут уже формуються складніші комунікативні навички, такі як уміння аргументувати свою думку, розповідати історії, співпрацювати у групових проєктах. Водночас навчальне навантаження ще не є таким інтенсивним, як у 8-9 класах, що дозволяє експериментувати з методами, зокрема гейміфікацією.

У 7 класі учні стають більш автономними у навчанні, готовими до виконання проєктів і триваліших завдань, які потребують пошуку, аналізу та синтезу інформації. Це створює можливості для впровадження інтерактивних і гейміфікованих методів, таких як рольові ігри, квести чи створення презентацій.

Саме 7 клас є оптимальним моментом для формування в учнів довготривалої стійкої мотивації до навчання ІМ, яка може суттєво впливати на подальший успіх у старших класах. Вибір 7 класу дозволяє проаналізувати, як тематика програми, методи викладання та навчальні завдання можуть підтримати й підсилити цей мотиваційний імпульс.

Актуальність нашої роботи розглядається і в контексті реформи НУШ. У 7 класі впроваджуються модельні програми, які ще не повністю досліджені щодо їх практичної реалізації, зокрема у контексті інтеграції інноваційних підходів. Дослідження саме цього класу дозволяє оцінити ефективність програм у досягненні цілей НУШ, враховуючи її структурованість, тематичне наповнення та відповідність потребам учнів.

Отже, вважаємо, що вибір 7 класу для дослідження є виправданим через його центральну роль у формуванні мовної компетентності, підготовці учнів до поглибленого вивчення іноземної мови в старших класах і оптимальні умови для впровадження інноваційних методів навчання. Аналіз програми цього класу дозволяє дослідити, як сучасний підхід до організації навчання сприяє досягненню освітніх цілей і формуванню ключових компетентностей учнів.

Ми проаналізували дві Модельні навчальні програми «Іноземна мова 5-9 класи» для ЗЗСО (Зимомря та ін., 2021; Редько та ін., 2021) щодо 1) тематичного розподілу навчального матеріалу та 2) типів завдань, що потребують гейміфікованого підходу.

Аналіз тематичного розподілу навчального матеріалу та можливостей гейміфікації у Модельній навчальній програмі «Іноземна мова 5-9 класи» для ЗЗСО (7 клас) (Редько та ін., 2021).

Навчальна програма з англійської мови для 7 класу структурована за тематичними блоками, які охоплюють різноманітні аспекти повсякденного життя, культури, мистецтва та глобальних проблем. Тематичний розподіл спрямований на всебічний розвиток мовленнєвих навичок (аудіювання, говоріння, читання, письма)

та інтеграцію мовних засобів, зокрема лексики і граматики. Теми, представлені у програмі, включають такі ключові напрями, як: повсякденне життя (наприклад, «Дозвілля», «Хобі», «Домашні обов'язки»), культура та традиції («Свята», «Традиції», «Культурні символи»), спорт і здоров'я («Спорт», «Здоров'я», «Симптоми хвороб»), мистецтво і розваги («Театр і кіно»), а також глобальна культура («Країни англomовного світу», «Туристичні атракції»). Граматичні аспекти інтегровані в тематику уроків і включають такі концепції, як часові форми (Present Simple, Past Continuous, Present Perfect), пасивний стан, умовні речення та питання з уточненням (question tags). Така структура забезпечує систематичність у вивченні мови та її використанні у реальних комунікативних ситуаціях.

Для активізації учнівської діяльності та підвищення мотивації до вивчення ІМ доцільно застосовувати **гейміфіковані підходи**, які включають адаптацію навчальних завдань із використанням елементів гри, змагань, творчих проєктів і цифрових інструментів. Гейміфікація сприяє розвитку ключових компетентностей учнів, зокрема критичного мислення, креативності, навичок співпраці та емоційного інтелекту.

Особливу увагу варто приділити **інтерактивним іграм**, які допомагають учням відтворювати реальні мовленнєві ситуації. Наприклад, **рольові ігри** на теми «Як дістатися до місця» чи «Покупки у магазині» створюють умови для відпрацювання типових комунікативних стратегій. **Квест-ігри**, як-от «Подорож англomовними країнами», можуть включати завдання з пошуку інформації про культурні традиції або визначні пам'ятки. Такі форми роботи дозволяють апроксимувати процес навчання до реальних життєвих умов, водночас заохочуючи учнів до співпраці у групах.

Проектна діяльність є ще одним дієвим інструментом гейміфікації. Учням пропонується створити **постери, презентації** або навіть **веб-сторінки** за тематикою, наприклад, «Туристичні атракції» чи «Традиції англomовних країн». Це дозволяє інтегрувати мовленнєві навички з елементами дослідницької діяльності, розвитку цифрової грамотності та креативного мислення. **Цифрові ігри**, такі як **онлайн-вікторини**, допомагають закріплювати лексико-граматичний матеріал, тоді як завдання типу «**escape room**» з елементами вирішення проблем можуть бути використані для активізації знань граматики (наприклад, Passive Voice або Past Perfect).

Крім того, програма передбачає численні завдання для розвитку критичного мислення, співпраці та соціальної відповідальності, які також можна урізноманітнити за допомогою гейміфікації. Наприклад, «**мозкові штурми**» на теми глобальних проблем (міграція, зміна клімату) або **дебати** щодо впливу спорту на здоров'я можуть включати елементи змагань між командами. Для розвитку креативності ефективними є **драматичні постановки за сценаріями**, які розробляють учні, зокрема з теми «CURTAIN UP!», або участь у створенні власних **відео-роликів** на основі матеріалів уроків.

Таким чином, використання гейміфікованих підходів у межах цієї програми дозволяє зробити навчальний процес більш привабливим, мотивуючим та ефективним, сприяючи формуванню міжкультурної комунікативної компетентності, ключових компетентностей та забезпечуючи інтеграцію різних видів навчальної діяльності.

Аналіз тематичного розподілу навчального матеріалу та можливостей гейміфікації у Модельній навчальній програмі «Іноземна мова 5-9 класи» для ЗЗСО (7 клас) (Зимомя та ін., 2021).

Програма з англійської мови для 7 класу, розроблена відповідно до концепції Нової української школи (НУШ), відображає сучасні підходи до організації навчання, зокрема інтеграцію лексичних, граматичних та мовленнєвих аспектів у тематично структуровані блоки. Тематичний розподіл навчального матеріалу відповідає інтересам та віковим особливостям учнів і охоплює широкий спектр тем, серед яких «Я, моя родина та друзі», «Школа», «Інтернет», «Кіно», «Література», «Україна та країна, мова якої вивчається».

Особливістю тематичного підходу є акцент на практичному застосуванні мови. Наприклад, у темі «Школа» пропонуються завдання для опису навчальних предметів, порівняння систем освіти в Україні та Великій Британії, а також участь у створенні проєктів, присвячених організації ідеальної школи. Тема «Література» дозволяє учням не лише збагачувати лексичний запас через ознайомлення з літературними творами, а й розвивати критичне мислення через аналіз сюжетів, характеристику персонажів та порівняння тем.

Усі теми органічно інтегрують граматичні структури, що вивчаються. Наприклад, тема «Відпочинок і дозвілля» використовує Past Simple для опису

минулих подій і Past Continuous для вказівки на тривалість дій у минулому. Такі зв'язки між лексикою, граматикою та тематикою сприяють засвоєнню матеріалу в комунікативному контексті. Важливою особливістю є послідовний розподіл навчального часу: кожна тема отримує достатню кількість годин (від 9 до 17), що дозволяє забезпечити глибоке опрацювання матеріалу.

Гейміфікація, як засіб підвищення мотивації учнів, може бути ефективно інтегрована у завдання, передбачені програмою. У цьому контексті доцільними є наступні стратегії:

- 1. Рольові ігри та симуляції.** У межах теми «Школа» можна організувати симуляцію виборів «Учнівського президента», де учні представляють власні програми, використовуючи вивчену лексику й граматику. У темі «Кіно» доцільно проводити рольові ігри, де учні працюють у командах для створення сценаріїв та обговорення персонажів, додаючи елементи творчості й змагання.
- 2. Ігрові завдання на основі квестів.** Теми «Україна та країна, мова якої вивчається» або «Література» можна адаптувати під формат квесту, у якому учні виконують завдання, розв'язуючи загадки або шукаючи інформацію про літературних героїв чи культурні пам'ятки.
- 3. Цифрові інструменти для інтерактивних завдань.** Використання платформ на зразок Kahoot! чи Quizizz дозволяє створювати вікторини, спрямовані на перевірку знань лексики і граматики з тем, таких як «Інтернет» чи «Відпочинок і дозвілля».
- 4. Проектна діяльність з інтеграцією творчості.** Для теми «Україна та країна, мова якої вивчається» учні можуть створити інтерактивні постери або міні-сайти про туристичні маршрути, використовуючи цифрові інструменти та лексичний матеріал теми.
- 5. Настільні ігри та групові завдання.** Теми «Їжа» чи «Спорт» можна розширити через створення власних настільних ігор, де учні змагаються у створенні найкращого рецепту або плануванні спортивного турніру.
- 6. Креативні вправи для розвитку емоційного інтелекту.** У межах теми «Я, моя родина та друзі» доцільно проводити завдання на опис емоцій чи створення інтерактивних історій, у яких учні взаємодіють, використовуючи відповідну лексику.

Отже, дана навчальна програма демонструє системний підхід до інтеграції ключових компетентностей у навчальний процес. Тематичний розподіл, орієнтований на сучасні інтереси учнів, і можливість впровадження гейміфікації створюють сприятливі умови для підвищення мотивації до навчання, розвитку критичного мислення, креативності та комунікативних навичок. Гейміфіковані завдання дозволяють зробити навчальний процес динамічним, інтерактивним і відповідним до потреб сучасного покоління учнів.

Аналіз двох навчальних програм з англійської мови для 7 класу:

Тематичний розподіл і гейміфікація.

Перша програма (Редько та ін., 2021) акцентує увагу на інтеграції лексико-граматичного матеріалу з темами, що охоплюють повсякденне життя, культуру, спорт і здоров'я, мистецтво та глобальні проблеми. Основні теми, як «Дозвілля», «Театр і кіно», «Спорт» або «Країни англомовного світу», надають учням можливість працювати із реалістичними життєвими ситуаціями, комбінуючи різні мовні навички (читання, говоріння, аудіювання та письмо). Граматичний інвентар включає часові форми (Present Perfect, Passive Voice) та умовні речення. Програма спрямована на формування міжкультурної комунікативної компетентності через інтерактивні та проектні види роботи.

Друга програма (Зимомря та ін., 2021) базується на принципах «Нової української школи» (НУШ) і пропонує теми, що є більш детальними та орієнтованими на інтеграцію компетентнісного підходу. Наприклад, теми «Я, моя родина та мої друзі», «Школа», «Кіно» або «Література» пропонують чіткі сценарії для опрацювання ключових компетентностей, таких як критичне мислення, соціальна відповідальність і креативність. Граматика розподілена більш послідовно, включаючи часи (Past Simple, Present Continuous for future), фразові дієслова та прийменникові конструкції.

Гейміфікація може бути застосована в обох програмах, однак її специфіка залежить від структури завдань:

- Перша програма (Редько та ін., 2021) пропонує завдання на розвиток комунікативних навичок через **рольові ігри та квести**. Наприклад, *рольова гра*

«Як дістатися до місця» або квест «Подорож англомовними країнами» дозволяють інтегрувати мовні аспекти у реалістичні контексти. **Інтерактивні вікторини** на теми «Спорт» чи «Кулінарія» можна доповнити елементами змагань між групами.

- Друга програма (Зимомря та ін., 2021) передбачає більше варіативності у використанні інтерактивних завдань. Наприклад:

- **Розігрування ролей** за темами «Я, моя родина та друзі» чи «Школа» з акцентом на міміці, жестах і вербальному спілкуванні.
- **Проектна діяльність:** створення *постерів* або *веб-сторінок* про «Україну та країну, мова якої вивчається».
- **Гейміфікація для критичного мислення:** *мозкові штурми*, *підготовка квестів* із планування подорожей або вирішення екологічних проблем.
- **Креативні завдання:** створення *публікацій* чи *театральних вистав* на тему «Кіно» або «Література».

1. Порівняння програм щодо підходу до тематики:

Перша програма (Редько та ін., 2021) більше сфокусована на глобальних темах, таких як культурна спадщина чи глобалізація, тоді як друга програма (Зимомря та ін., 2021) надає перевагу більш конкретним, побутовим і навчальним темам, що є ближчими до повсякденного досвіду учнів.

2. Інтеграція компетенцій:

У першій програмі (Редько та ін., 2021) акцент зроблено на міжкультурну комунікацію, а друга програма (Зимомря та ін., 2021) більш орієнтована на формування ключових компетентностей, таких як критичне мислення, співпраця та емоційний інтелект.

3. Гейміфікація:

У першій програмі (Редько та ін., 2021) гейміфікація частіше інтегрується у формі *проектної роботи* чи *рольових ігор*, тоді як друга програма (Зимомря та ін., 2021) надає більше можливостей для створення *ігор* на розвиток *соціальної відповідальності*, наприклад, через обговорення глобальних проблем.

Отже, обидві програми пропонують можливості для розвитку мовних навичок і ключових компетентностей через використання інтерактивних і гейміфікованих завдань. Перша програма (Редько та ін., 2021) є більш традиційною у тематичному розподілі, тоді як друга (Зимомря та ін., 2021) реалізує інноваційний підхід НУШ, орієнтуючись на індивідуалізацію навчання, розвиток творчості та соціальної взаємодії. Інтеграція гейміфікації у навчальний процес обох програм сприятиме підвищенню мотивації учнів та формуванню їхніх комунікативних і життєвих навичок.

У рамках дослідження було обрано навчальну програму з англійської мови для 7 класу (Зимомря та ін., 2021), оскільки вона відповідає ключовим цілям і завданням сучасної освіти, що формуються в контексті концепції «Нової української школи». Цей вибір зумовлений кількома важливими факторами:

- Програма інтегрує компетентнісний підхід та орієнтована на формування ключових компетентностей учнів, включаючи комунікативні навички, критичне мислення, креативність, уміння співпрацювати, соціальну відповідальність та навички навчання впродовж життя. Її структурування базується на Загальноєвропейських рекомендаціях з мовної освіти, що дозволяє адаптувати процес навчання до реальних потреб учнів у сучасному суспільстві.
- Відповідність віковим та психологічним особливостям учнів, оскільки 7-й клас є критичним етапом у навчанні ІМ, коли здобувачі освіти переходять від базового рівня знань до більш складних мовних структур і навичок. Тематика програми відповідає віковим інтересам підлітків, включаючи теми про друзів, сім'ю, школу, інтернет, літературу, кіно та відпочинок. Цей тематичний розподіл не лише стимулює мотивацію до навчання, а й сприяє розвитку міжкультурної комунікації.
- Програма має потенціал для впровадження гейміфікації та пропонує широкий спектр навчальних завдань, які можна адаптувати під гейміфікований підхід. Наприклад, креативні проекти, рольові ігри, квести та інтерактивні вікторини сприяють залученню учнів до активної взаємодії. Використання гейміфікації дозволяє підвищити мотивацію учнів, стимулює розвиток критичного мислення та сприяє формуванню позитивного ставлення до вивчення іноземної мови.

- Зміст програми відображає сучасні тенденції вивчення ІМ, зокрема інтеграцію цифрових технологій, проєктну діяльність та міжпредметні зв'язки. Це дозволяє учням ефективно розвивати мовленнєві навички, які будуть корисними не лише в академічному контексті, але й у подальшій професійній діяльності.
- Навчальна програма є актуальною для наукового аналізу, новою і ще не достатньо вивченою з точки зору її практичної реалізації у навчальному процесі. Дослідження цієї програми дозволяє оцінити її сильні сторони, виявити потенційні виклики та запропонувати рекомендації для покращення її впровадження в освітніх закладах.

Отже, обраний об'єкт дослідження дає змогу проаналізувати сучасний підхід до навчання англійської мови, оцінити потенціал використання інноваційних методів, зокрема гейміфікації, а також сприяти вдосконаленню навчального процесу в межах концепції НУШ.

2.2. Структура системи гейміфікації.

Основне завдання інтеграції гейміфікації в будь-якій сфері полягає в підвищенні залученості користувачів без втрати їхньої довіри до цього процесу (Al-Towirgi et al., 2018). Тобто підвищення інтересу не повинно усвідомлюватися самими учасниками. Використання гейміфікації також сприяє моделюванню бажаної поведінки (Deterding et al., 2011b). Тому основною метою впровадження гейміфікації в освітньому контексті є підвищення залученості учнів до процесу навчання без їхнього власного усвідомлення цього факту шляхом моделювання поведінки учасників. Неусвідомленість відіграє в даному випадку важливу роль, тому що це сприяє підміні зовнішньої мотивації на внутрішню. Ба більше, завдяки неусвідомленій залученості задіюється мимовільна увага, активація якої вважається більш ефективною в процесі навчання.

Крім уваги на процес запам'ятовування впливає також пам'ять і сприйняття учнів. «Піраміда навчання» (*The Learning Pyramid*) (Cohen et al., 2010) показує, як різні види навчальної діяльності сприяють сприйняттю і запам'ятовуванню матеріалу. Такі види навчальної роботи, як лекції, читання, аудіо-візуалізація та

демонстрація, є пасивними формами навчання і мають низькі показники щодо запам'ятовування інформації. Натомість обговорення, застосування на практиці, навчання інших і використання в реальних ситуаціях є активними формами навчання і сприятимуть розвитку компетенцій. Сприйняття та запам'ятовування інформації під час подачі матеріалу з елементами гейміфікації прирівнюється до засвоєння інформації, застосованої на практиці або навіть шляхом використання в реальному житті, і дає від 75 до 90% ефективності засвоєння навчального матеріалу. Ба більше, при залученні гейміфікації в навчанні відбувається активізація можливостей особистості, реалізація її творчих здібностей, тому що грі притаманне задоволення, імпровізація і дух суперництва. Ба більше, згідно з дослідженнями зарубіжних учених, упровадження гейміфікації в освітньому середовищі сприяє не тільки підвищенню рівня внутрішньої мотивації, продуктивності в роботі студентів, а й також веде до підвищення відсотка відвідуваності занять (Fulton, 2019; Meece et al., 2006; Ryan & Deci, 2017; Schunk & DiBenedetto, 2016).

Говорячи про реалізацію гейміфікації в дистанційному навчанні, слід наголосити на тому, що в даній формі навчання слабо присутній емоційний складник, який пов'язує викладача й учнів, а також учнів між собою. Тому використання таких елементів гейміфікації, як рівні, нагороди, табло переможців, посилюють залученість шляхом задіяння емоцій студентів.

Ще одна важлива психологічна проблема, з якою стикаються вчителі та учні, – це страх перед допущенням помилок. При впровадженні гейміфікації змінюється спосіб організації навчального процесу, це може сприяти подоланню страху перед помилками та їх використанню як важливого джерела набуття нових знань. Традиційний формат уроку часто не сприймає помилок, тоді як у грі помилка персонажа рідко має абсолютно негативні наслідки (наприклад, за використання нелінійних сюжетів ігор, де невдача персонажа призводить його не до закінчення гри, а до відкриття нової локації). Під час використання гейміфікації (особливо змістовної) відбувається стирання граней навчального процесу, учні абстрагуються від звичних соціальних ролей і вживаються в ролі своїх персонажів, використовуючи, наприклад, аватари та діючи відповідно до сюжету. Усе це мінімізує страх зробити помилку.

К. Werbach і D. Hunter (2015) у своїй роботі порівняли розробку та впровадження гейміфікації з будівництвом будинку, де необхідно мати уявлення про три рівні: найзагальніший та найабстрактніший рівень, тобто про проектування будинку; середній рівень абстракції, тобто про монтаж конструкцій; третій рівень, тобто про інструменти та матеріали для будівництва.

За аналогією автори представили типологію ігрових елементів за трьома рівнями абстракції: динаміка, механіка і компоненти гри. Найвищий ступінь абстракції та концептуалізації на рівні динаміки. Під динамікою розуміють загальні аспекти гейміфікаційної системи, які слід брати до уваги, але їх не можна безпосередньо впровадити в гру через їхню абстрактність. Динаміка охоплює такі аспекти, як часові обмеження, тема, сюжет, емоції, взаємини (там же).

Під механікою розуміють основні процеси, які рухають діями. Кожен елемент механіки - це спосіб реалізації одного або декількох елементів динаміки. Завдяки елементам цього рівня (віртуальні нагороди, статуси, бали, випробування, співпраця, зворотний зв'язок), учні просуваються вперед і ще більше залучаються до навчального процесу (там же).

Третій рівень абстракції – компоненти, це найконкретніші механізми, у яких втілюються динаміка та механіка гри: очки, рівні, медалі або «бейджі», аватари, досягнення, дошка досягнень, можливість відкривати нові рівні та інше (там же).

З огляду на три рівні абстракції гейміфікаційних елементів, К. Werbach і D. Hunter (2012) також представили методіку інтеграції технологій гейміфікації, що базується на шести етапах «6 D's»: *define*, *delineate*, *describe*, *devise*, *don't forget*, *deploy*. На першому етапі «*define*» необхідно визначити цілі використання гейміфікації. На другому етапі «*delineate*» потрібно описати бажану поведінку студентів, тобто дії для виконання під час курсу. Третій етап «*describe*» передбачає опис учнів, тому що при впровадженні гейміфікації, як і для самого процесу навчання, необхідне розуміння аудиторії здобувачів освіти. Це допоможе посилити ефект впровадження гейміфікаційних елементів, поліпшивши тим самим результати навчання. На четвертому етапі «*devise*» необхідно розробити цикли активності, які включають у себе цикли залучення і цикли просування. Цикли залучення описують

дії гравців і зворотний зв'язок, який система дає у відповідь на дії учнів. Зворотний зв'язок може виражатися в очках, нагородах, відкритті нового завдання або рівня, і саме зворотний зв'язок створює стимул для подальших дій здобувача освіти. Таким чином, цикл залучення – це замкнутий цикл, що складається з дії, зворотного зв'язку, мотивації, де кожен елемент провокує наступний. Однак одного циклу залучення недостатньо для створення цікавої гри, тому що, якщо досвід гравця не відрізняється на перший і десятий день гри, то такий процес швидко набридне. Тому необхідне також створення циклів просування.

Цикли просування являють собою зміни на макрорівні, які перетворюють гейміфікацію з повторюваного процесу на подорож гравця. Для циклу просування важливо забезпечити нелінійність процесу навчання, ефект несподіванки і поступового ускладнення рівнів. На п'ятому етапі «*don't forget*» необхідно переконатися, що розроблена гейміфікація дійсно містить компонент розваги, й учням буде цікаво виконувати завдання. Заключний етап «*deploy*» є етапом впровадження елементів гейміфікації. На цьому етапі відбувається підбір необхідних механізмів і компонентів. Вибір компонентів здійснюється на останньому етапі інтеграції, оскільки після проходження попередніх п'яти рівнів стає очевидно, які компоненти з якою метою потрібно використовувати, бо для досягнення ефективності впровадження гейміфікації вибір компонентів має бути обґрунтованим.

Інший американський учений К. Карп (2012) у своїй монографії виокремлює два види гейміфікації: *структурну* та *змістовну*. Під *структурною гейміфікацією* розуміють використання різних ігрових елементів у навчальному процесі. *Змістовна гейміфікація* передбачає відхід від традиційних методів навчання, коли весь процес навчання побудований на обраному ігровому сюжеті і слідує певним правилам. За рахунок таких елементів, як сюжет і сценарій гри, ефект присутності, дизайн інтерфейсу та інтерактивність зворотного зв'язку, досягається розвиток внутрішньої мотивації студентів. Яскравими прикладами змістовної гейміфікації є навчальні комп'ютерні ігри.

У нашому дослідженні ми сфокусуємося саме на **структурній гейміфікації**, що передбачає використання елементів змагальності: очок, медалей, бейджів, дошок пошани, рівневого подавання навчального матеріалу, квестів. Ці елементи мотивують

учнів завдяки створенню духу змагальності, вони є основою будь-якої гейміфікації. В балах вимірюються всі дії учня, тому що бали визначають рівень його прогресу. Залежно від цільової аудиторії варіюється ефективність використання очок і нагород.

Наступний класичний елемент створення змагальності – це дошка пошани. Однак, як вказують деякі науковці (Barata et al., 2013), інколи цей елемент може мати демотивувальний ефект, тому можна створювати дошки пошани за певними параметрами та відзначати в них лише трьох найкращих учнів. Рівні – ще один елемент гейміфікації. Навчальні курси зазвичай складаються з тематичних модулів, які можуть виступати як ігрові рівні, якщо кожен наступний рівень буде складнішим за попередній. Ще одним цікавим елементом гейміфікації, який виділяють К. Werbach і D. Hunter (2012), є боси. Це складні завдання, що використовуються для проміжного та підсумкового контролю. Як і в комп'ютерних іграх, боси в навчанні допомагають здобувачам освіти усвідомити перехід від одного важливого етапу навчання до іншого, підбити підсумки та здійснити самооцінювання (там же).

Таким чином, у структурній гейміфікації використовуються ігрові елементи в рамках навчальної системи, але сама система не перетворюється на гру, і навчальний зміст не зазнає змін. Раціональне і комплексне використання всіх перерахованих вище елементів необхідне для того, щоб сконцентрувати увагу учнів на вирішенні поставлених проблем для досягнення освітніх цілей.

2.2.1. Розробка системи гейміфікації (бали, бейджі, рівні, таблиці лідерів) за навчальною програмою з англійської мови для 7 класу НУШ (Зимомря та ін., 2021).

Основні елементи системи гейміфікації.

1. Бали. Бали нараховуються за успіхи в різних видах навчальної діяльності, адаптовані до загальнонаціональної шкали оцінювання в системі освіти.

Критерії нарахування балів:

- *Домашні завдання:*

- Виконано повністю, без помилок – **12 балів.**
- Виконано частково або з незначними помилками – **10-11 балів.**
- Виконано частково або з помітними недоліками – **7-9 балів.**
- Не виконано або виконано неякісно – **4-6 балів.**

- *Групові проєкти (наприклад, створення постера, презентації):*
 - Висока якість, креативність і повний внесок кожного учасника – **12 балів**.
 - Виконано з невеликими недоліками – **10-11 балів**.
 - Завдання виконано, але без належного креативного підходу – **7-9 балів**.
- *Рольові ігри чи дебати:*
 - Активна участь, граматична правильність і висока лексична точність – **12 балів**.
 - Участь із невеликими мовними помилками – **10-11 балів**.
 - Часткова участь або помітні труднощі у використанні лексики та граматики – **7-9 балів**.
- *Онлайн-вікторини (Kahoot, Quizizz):*
 - Перше місце – **12 балів**.
 - Друге-третє місця – **10-11 балів**.
 - Участь із результатом вище середнього – **7-9 балів**.
- *Квести чи симуляції:*
 - Завершено всі завдання з високою точністю – **12 балів**.
 - Завершено з деякими помилками – **10-11 балів**.
 - Завершено частково або із суттєвими труднощами – **7-9 балів**.
- *Допомога однокласникам:*
 - Активна та регулярна допомога – **12 балів**.
 - Епізодична допомога – **10 балів**.
 - Мінімальна участь – **8-9 балів**.

2. **Бейджі.** Бейджі відображають досягнення учнів і мотивують їх до нових звершень.

Приклади бейджів:

- «**Лексичний експерт**» (*Vocabulary Expert*) – за досягнення **12 балів** у 5 завданнях із лексики.
- «**Граматичний чемпіон**» (*Grammar Champion*) – за отримання **12 балів** у 3 граматичних тестах.
- «**Командний гравець**» (*Team Player*) – за активну участь у 3 групових проєктах.
- «**Мовний лідер**» (*Language Leader*) – за досягнення **10-12 балів** у всіх активностях протягом місяця.

3. **Рівні.** Рівні визначають прогрес учнів у навчанні. Вони базуються на середньому балові, отриманому за виконані завдання.

Рівні системи:

- *Рівень 1: Початківець (Beginner)* – середній бал **4-6**.
- *Рівень 2: Дослідник (Explorer)* – середній бал **7-8**.
- *Рівень 3: Комунікатор (Communicator)* – середній бал **9-10**.
- *Рівень 4: Лідер (Leader)* – середній бал **11-12**.

4. **Таблиця лідерів.** Таблиця лідерів відображає успіхи учнів у межах 12-бальної системи.

Формат таблиці:

Місце	Ім'я учня	Середній бал	Рівень	Кількість бейджів
1	Олена Сидоренко	11.5	Лідер	4
2	Іван Петров	10.2	Комунікатор	3
3	Катерина Ткачук	9.0	Комунікатор	2

Впровадження системи в навчальний процес.

- **Платформа для обліку балів:** онлайн-платформи (Google Classroom, Microsoft Teams) або фізичний стенд у класі.
- **Періодичність оновлення таблиці:** щотижневе оновлення результатів для підтримки мотивації учнів.
- **Заохочення:** похвала на уроці.
- **Сертифікати** або символічні подарунки для учнів із найвищим середнім балом наприкінці місяця або семестру.

Ця система сприяє кращій залученості учнів у навчальний процес, формуванню здорової конкуренції та підвищенню мотивації через візуалізацію їхніх досягнень.

2.2.2. Сценарії уроків з інтеграцією гейміфікації.

Сценарії спираються на теми та вправи (*Unit 2. Our Changing Planet, pp. 14–19*), представлені в [підручнику \(Коста, Д., Вільямс, М., & Скрипник, І. \(2024\). Англійська мова \(7 рік навчання\). Київ: Видавництво «Лінгвіст».\)](#), забезпечуючи тематичну інтеграцію та відповідність програмі.

Сценарій 1: «Подорож до дикої природи»

(Adventure into the Wild)

Опис: ця тема занурює учнів у цікаве дослідження світу природи, заохочуючи їх вивчати та використовувати англійську мову в захопливих сценаріях із реального життя. Урок може обертатися навколо вигаданої подорожі, де учні досліджують різні ландшафти, зустрічаються з різними тваринами та рослинами і вирішують завдання, щоб завершити свою пригоду.

Основна мета уроку – залучити учнів до гейміфікованого навчального процесу, який покращує їхні навички англійської мови, зокрема лексику, пов'язану з природою та географією, а також правильне вживання неперервних дієслів (*non-continuous verbs*). Це досягається одночасно з розвитком критичного мислення, командної роботи та креативності за допомогою інтерактивних, змагальних та спільних завдань.

Урок має на меті:

- занурити учнів у реальні життєві сценарії для розвитку практичних навичок володіння мовою;
- використовувати гейміфікацію для створення привабливого та мотивуючого навчального середовища;
- виховувати екологічну свідомість та дбайливе ставлення до природи, узгоджуючи з освітніми цілями та цілями особистого розвитку.

Мовні цілі:

- *Розвиток словникового запасу:*

Ігровий підхід: учні заробляють бали за правильне використання нових термінів, пов'язаних із географією, дикою природою та погодою під час виконання інтерактивних завдань, таких як опис тварини, коли вона приземляється на певну плитку в грі «*Survive the Wild*».

Система бейджів: нагородження бейджем «Знавець дикої природи» (*Wildlife Expert*) за точне і творче використання лексики протягом уроку.

- *Граматична практика:*

Ігровий підхід: вживання неперервних дієслів практикується як частина завдання (наприклад, завершення речень для просування по карті). Команди, які виконують граматичні завдання без помилок, просуваються вперед швидше або отримують винагороду у вигляді додаткових кидків кубиків.

Пізнавальні цілі:

- *Критичне мислення:*

Ігровий підхід: додавання головоломки або сценарії прийняття рішень, наприклад, вибір найкращого маршруту на ігровій дошці, враховуючи фактори навколишнього середовища, такі як погода або середовище проживання тварин.

Система балів: винагородження команд за креативні та логічні рішення викликів (наприклад, вирішення сценаріїв, пов'язаних із виживанням).

- *Креативність:*

Гейміфікований підхід: у завданні «Проектування заповідника для диких тварин» (*Wildlife Sanctuary Design*) команди отримують бонусні бали за включення різноманітних диких тварин та інноваційних ідей у свої презентації.

Спільні завдання:

- *Командна робота:*

Ігровий підхід: використання таблиці лідерів для відображення прогресу команди, мотивуючи співпрацю, оскільки учні змагаються за перемогу в грі або створення найкращого притулку для дикої природи.

Рівні, що розблоковуються: команди розблоковують нові ділянки мапи або отримують додаткові завдання після спільного досягнення проміжних етапів.

- *Комунікація:*

Гейміфікований підхід: запровадження обмежених у часі завдань на спільне говоріння, наприклад, опис екосистеми за певний проміжок часу, щоб отримати додаткові бали.

Поведінкові цілі:

- *Екологічна обізнаність:*

Ігровий підхід: включення сценаріїв, де учні повинні приймати рішення, щоб збалансувати людську діяльність зі збереженням дикої природи. Нагородження бейджем «Еко-воїн» (*Eco-Warrior*) за стійкі та вдумливі підходи.

- *Залучення:*

Гейміфікований підхід: індикатори прогресу і тематичні нагороди (наприклад, віртуальні припаси для експедиції) заохочують учнів до активності впродовж усього заняття. Святкування невеликих досягнень, таких як «переправа через річку» (*crossing a river*) на ігровій дошці, підтримує ентузіазм.

Матеріали: ігрове поле (наприклад, карта дикої природи), картки з назвами тварин, рослин, географічних об'єктів, кубик, фішки.

Хід уроку

1. **Вступ (5 хв):** Учитель вводить тему уроку, використовуючи обговорення на основі вправи з підручника (с. 16-17, запитання про природу). Учні діляться своїми улюбленими природними локаціями, використовуючи вивчену лексику.
2. **Ігрова активність (30 хв):**
 - Учні поділяються на команди та отримують фішки для ігрового поля.
 - Кожна команда кидає кубик і пересуває фішку по карті. Завдання на кожному полі:
 - **Тварина (картки):** Учні описують тварину, використовуючи non-continuous verbs (напр., *The tiger likes to hunt at night*).
 - **Рослина (картки):** Описують місце зростання або особливості рослини.
 - **Географічний об'єкт (картки):** Розповідають, що знають про цей об'єкт (напр., гори чи річки).
 - **Граматичне завдання:** Виконують вправи на non-continuous verbs (адаптовано із вправи на с. 17).
3. **Закріплення (10 хв):** учні аналізують найцікавіші завдання, які вони виконували, і створюють короткий опис обраного географічного об'єкта або тварини.
4. **Гейміфікація:**
 - Команда, яка першою досягла фінішу, отримує бейдж «Дослідники дикої природи».
 - Вводиться прогрес-бар для кожної команди, який показує їхній шлях до фіналу.

Сценарій 2: «Створення національного парку»

(Designing Your Dream National Park)

Опис: ця тема пропонує учням стати екологічними планувальниками і дизайнерами, поставивши перед ними завдання створити унікальний національний парк. Вони будуть використовувати знання про природу, географію та охорону навколишнього середовища, одночасно практикуючи англійську мову у змістовний, творчий та інтерактивний спосіб.

Основна мета уроку – залучити учнів до творчого спільного проекту, де вони будуть практикувати та розвивати свої навички англійської мови, зокрема лексику з теми «Національні парки» (с. 18–19 підручника), пов'язану з географією, дикою природою та її збереженням, використовуючи при цьому вищий та найвищий ступені порівняння прикметників. Урок спрямований на інтеграцію критичного мислення через проектування національного парку, який збалансовує туризм та охорону навколишнього середовища. Гейміфіковані елементи посилюють мотивацію, сприяють командній роботі та підвищують залученість учнів, заохочуючи творчість, точність мови та стратегічне розв'язання проблем, і все це в екологічно свідомому контексті.

Виконавши цей проект, студенти не лише покращать свої мовні навички, але й отримають глибше розуміння реальних екологічних проблем, насолоджуючись інтерактивним та мотивуючим навчальним процесом.

Мовні цілі:

- *Поповнення словникового запасу:*

- **Ігровий підхід:** учні заробляють **бали** за правильне використання нової лексики під час проектування та презентації парку. Специфічна лексика, пов'язана з географією та дикою природою, може принести їм **додаткові бали**, якщо вони точно опишуть об'єкти на своїх картах.
- **Система бейджів:** нагородження учнів **бейджем «Знавець дикої природи»** за демонстрацію майстерності у використанні лексики, мотивуючи їх прагнути до вдосконалення мовних навичок.

- *Грамотична практика:*

- **Ігровий підхід:** учні виконують грамотичні завдання, такі як використання **вищого та найвищого ступенів порівняння прикметників**, щоб заробити **бали прогресу** або відкрити **нові рівні** в уроці. Команда, яка найкраще використовує граматику, швидше просувається вперед по карті або отримує бонус у презентаційному завданні.
- **Система нагород:** **бали** нараховуються за **правильне використання прикметників** при описі особливостей парку, а **рівень** винагороди залежить від точності (наприклад, *золото* за бездоганну граматику, *срібло* за незначні помилки).

Когнітивні цілі:

- *Творчість та критичне мислення:*

- **Ігровий підхід:** під час проектування національних парків команди отримують завдання (наприклад, «Як ви збалансуєте охорону дикої природи з туризмом?») і заробляють **бали** за презентацію креативних, практичних рішень.
- **Ігрові завдання:** команди можуть розблокувати бонусні **картки** зі спеціальними завданнями (наприклад, «*Створити виставку зникаючих видів флори/фауни*»), що дозволяє їм критично мислити про сталий розвиток та охорону природи.

- *Вирішення проблем:*

- **Гейміфікований підхід:** команди отримують завдання розробити карту парку в умовах обмеженого **часу**, заробляючи **часові бонуси** за ефективність і **бали за креативність** у подоланні дизайнерських викликів (наприклад, управління відносинами між туристами і дикою природою).

Спільні завдання:

- *Командна робота та комунікація:*

- **Гейміфікований підхід:** використовуючи **таблицю лідерів**, команди бачать свій прогрес протягом уроку, що мотивує їх до співпраці та ефективної комунікації для просування вперед. Кожен член групи отримує **індивідуальні бали** відповідно до свого внеску в проєкт, що стимулює командну роботу.

- **Індикатор прогресу:** коли команди виконують кожне завдання, наприклад, дають назву своєму парку або завершують роботу над картою, їхній **індикатор прогресу** заповнюється, що візуально мотивує їх до завершення проектування парку.

- *Комунікація у співпраці:*

- **Гейміфікований підхід:** команди отримують **обмежену кількість «мовних підказок»** (наприклад, підказка або граматичне нагадування), які вони можуть використовувати під час презентації. Ці підказки заохочують **командне стратегічне планування** використання мови під час презентації.

Поведінкові цілі:

- *Поінформованість про навколишнє середовище:*

- **Ігровий підхід:** протягом гри учні стикаються з **екологічними проблемами**, де вони повинні вирішити, як включити природоохоронні заходи у свій парк. Наприклад, якщо вони створюють атракціон, який негативно впливає на дику природу, вони втрачають **бали**. Команди отримують бейдж **«Еко-воїн»** за успішне поєднання охорони природи з туризмом.
- **Прогресивні розблокування:** учні можуть розблокувати *ресурси віртуального парку* (наприклад, місцеві рослини, зникаючі тварини), роблячи екологічно чистий вибір, пов'язуючи свої рішення з реальними проблемами сталого розвитку.

- *Мотивація та залучення:*

- **Ігровий підхід:** на **дошках лідерів** відображаються команди з найкращими показниками, що заохочує дружнє змагання. **Винагороди**, такі як додаткові командні завдання або **бонусні бали**, допомагають учням залишатися зацікавленими протягом усього уроку.
- **Святкування:** найкраще спроектований парк отримує нагороду **«Найкращий еко-парк»**, яка оголошується наприкінці уроку, що дає учням відчуття завершеності.

Інтеграція цих гейміфікованих елементів мотивує здобувачів освіти до більш активної взаємодії зі змістом уроку. Поєднання творчих завдань, змагань та винагород гарантує, що вивчення мови буде цікавим та результативним, допомагаючи учням досягти своїх мовних та пізнавальних цілей, а також виховуючи екологічну свідомість та командну роботу.

Матеріали: аркуші паперу, маркери, картки з назвами тварин, рослин, географічних об'єктів, постери для презентацій.

Хід уроку

1. **Вступ (5 хв):** учитель презентує тему уроку, використовуючи обговорення з підручника (с. 18–19). Він також може почати з короткої дискусії про відомі національні парки (наприклад, Єллоустонський, Йосемітський, Карпатський біосферний заповідник) та їхнє значення, для візуалізації показуючи фотографії, щоб надихнути учнів. Учні обговорюють, які тварини й рослини можна знайти в природних парках України чи англійських країн.
2. **Основна частина (40 хв) (Проектування парку):**
 - Учні поділяються на групи. Кожна група отримує набір карток із тваринами, рослинами та шаблони географічних об'єктів, чисті аркуші паперу. Завдання:
 - Обрати назву для парку (наприклад, заповідник дикої природи, парк пригод).
 - Описати унікальні особливості свого парку (клімат і рельєф), використовуючи порівняльну лексику, та намалювати карту його розташування.
 - Перерахувати тварин і рослин, які мешкають у парку.
 - Скласти правила поведінки для відвідувачів (наприклад, підтримувати чистоту в парку, не виходити за межі стежок).
 - Групи створюють постери, які візуально представляють їхній парк.
3. **Презентація та закріплення (10 хв):**
 - Групи презентують свої парки-проекти перед класом, підкреслюючи їхні найцікавіші особливості. Клас голосує за найцікавіший парк.
 - Учитель оцінює креативність та використання англійської мови, надаючи бали кожній групі. У таблиці лідерів оцінюються творчість, командна робота та використання мови.

4. **Рефлексія (5 хв):** Учитель з класом обговорюють, який парк приваблює найбільше відвідувачів і чому. Підкреслюються ключові фрази та правильне використання мови.

5. **Гейміфікація:**

- Група-переможець отримує бейдж **«Захисники дикої природи»**.
- Всі учасники отримують бейджі **«Еко-дизайнери»** та **бали**, які додаються до їхнього загального рейтингу.
- Візуалізація індикатора прогресу у виконанні командами етапів (створення назв, мапування, опис особливостей).
- Запровадження **змагання-голосування** за **«Найцікавіший парк»** на основі учнівських презентацій.

Додаткові елементи гейміфікації:

- **Онлайн-інструменти:** для створення інтерактивних карт парків (Google My Maps, ArcGIS Online, Canva (функція інтерактивної карти), Thinglink, Padlet (інтерактивний дисплей), StoryMapJS, Студія Google Планета Земля).
- **Рівні:** групи можуть переходити на наступний рівень гейміфікаційної програми після завершення певної кількості завдань.

Такі сценарії сприяють підвищенню мотивації учнів через гейміфікацію, розвиваючи як мовленнєві, так і командні навички.

2.3. Інструменти для створення гейміфікованого контенту: інтеграція мобільних застосунків у навчальний процес.

У цьому параграфі ми розглянемо мобільні додатки «Learningapps», «Quizlet» і «Classtools», реалізовані на принципах *структурної гейміфікації* для зіставлення їхнього дидактичного потенціалу (див. – табл. 1, 2, 3).

Дидактичні властивості та функції мобільного додатка «Learningapps»

<i>Дидактичні властивості</i>	<i>Дидактичні функції</i>
Різноманітні шаблони для проєктування завдань і тестів різних форматів	Розвиток різних видів мовленнєвої діяльності та мовних навичок, розвиток соціокультурної компетенції, створення завдань екзаменаційного формату, організація самостійної та аудиторної роботи
Шаблон «Хто хоче стати мільйонером?» – гейміфікація запитань із множинним вибором	Використання при проміжному контролі, самооцінюванні, взаємному оцінюванні, при формуванні мовних навичок, розвитку соціокультурної компетенції
Шаблон «Скачки» – гейміфікація запитань із множинним вибором	Підвищення мотивації та рівня залученості, організація індивідуальної та парної роботи, організація самостійної та аудиторної роботи
Шаблон «Парочки» – гейміфікація завдань на зіставлення	Формування мовних навичок (лексичних, граматичних, фонетичних, орфографічних)
Інструмент «Режим інтерактивного блокнота»	Розвиток письмових умінь, організація індивідуальної та групової роботи, забезпечення комунікації учасників процесу навчання
Дошки оголошень	Адміністрування та моніторинг навчального процесу, організація самостійної, аудиторної роботи студентів, організація індивідуальної та групової роботи
Легкість запрошення учнів до мобільного класу за посиланням, QR-кодом і легкість вбудовування завдань на сторонні сайти	Здійснення проєктної діяльності, організація групової та індивідуальної роботи, використання як початкового етапу квесту
Колекція створених іншими викладачами завдань	Використання завдань для самоосвіти, заповнення прогалин учнів

«Learningapps» – це безкоштовний мобільний застосунок-оболонка для створення завдань і тестів у мобільному форматі. Він пропонує двадцять шаблонів

для тестів і п'ять інструментів для організації навчального процесу. Серед форматів завдань з елементами гейміфікації можна виокремити завдання: «Хто хоче стати мільйонером?», «Перегони» та «Парочки». Шаблон завдання «Хто хоче стати мільйонером?» являє собою імітацію відомої гри, де необхідно відповісти на запитання, обираючи з чотирьох варіантів відповіді. Таким чином, звичне завдання на множинний вибір набуває ігрового формату. Це завдання може бути використане як проміжний контроль або самоконтроль. Це підвищить рівень мотивації та сприятиме формуванню готовності до самоосвіти.

Шаблон «Скачки» також бере за основу завдання на множинний вибір. Учень бере участь у віртуальному змаганні зі стрибків, граючи або проти комп'ютера, або проти іншого учня. За правильної відповіді кінь починає бігти швидше, і перемагає той, хто першим прийшов до фінішу. За рахунок створення змагання підвищується мотивація повторного виконання завдання для досягнення найкращого результату, що сприяє кращому засвоєнню матеріалу.

Шаблон «Парочки» ґрунтується на відомій грі «Memory», де необхідно знайти парні картки методом їх поступового відкриття та запам'ятовування. Це завдання може бути використане на етапі роботи з новим словниковим запасом для розвитку лексичних і фонетичних навичок, оскільки на картках можуть розташовуватися не тільки слова, а й картинки, аудіофайли. Серед інструментів можна виділити режим інтерактивного блокнота і дошки оголошень, які можна інтегрувати в навчальний процес з метою підвищення рівня залученості учнів. Наприклад, інтерактивний блокнот може бути використаний замість часто вживаного чату для забезпечення комунікації учасників. Використовуючи блокнот, учні можуть ділитися не лише текстовою інформацією, а й залишати коментарі в інтерактивному форматі, прикріпивши картинки та відео. Інструмент «Дошка оголошень» дасть змогу викладачеві завжди тримати студентів у курсі важливих подій, перевіряти уважність учнів або навіть використовувати дошку оголошень для організації самостійної чи групової роботи.

Ще одна платформа для створення завдань у цифровому форматі з елементами гейміфікації, – «Quizlet».

Дидактичні властивості та функції мобільного застосунку «Quizlet»

<i>Дидактичні властивості</i>	<i>Дидактичні функції</i>
Шаблони для проектування завдань і тестів різних форматів	Орієнтація на розвиток мовних навичок, можливе створення завдань на розвиток соціокультурної компетенції, для тренування екзаменаційного формату, організація самостійної та аудиторної роботи
Шаблон «Гравітація» (Gravity) – гейміфікація запитань без вибору відповіді	Візуалізація навчального матеріалу, використання під час проміжного контролю, самооцінювання, взаємного оцінювання, формування мовних навичок (лексичних, граматичних, орфографічних), розвиток соціокультурної компетенції
Шаблон «Підбір» (Scatter) – гейміфікація запитань на зіставлення	Підвищення мотивації та рівня залученості, організація індивідуальної та парної роботи, організація самостійної та аудиторної роботи
Табло найкращих гравців	Підвищення мотивації та рівня залученості, змагальності
Таймер	Підвищення мотивації та рівня залученості, змагальності
Функція «QuizletLive»	Організація групової роботи, підвищення мотивації та рівня залученості, змагальності, розвиток мовних навичок і мовленнєвих умінь, розвиток умінь командної роботи, організація проміжного контролю
Колекція створених іншими викладачами завдань	Використання завдань для самоосвіти, заповнення прогалін учнів

Цей застосунок також дає змогу створювати електронні інтерактивні завдання та використовувати вже наявні напрацювання інших учителів. Платформа має у своєму розпорядженні вісім режимів роботи з навчальним матеріалом, три з яких містять елементи гейміфікації та становлять найбільший інтерес. Це два шаблони для створення інтерактивних тестів «Гравітація» (Gravity) і «Підбір» (Scatter) для

максимальної візуалізації процесу навчання, а також функція Live, яка дає змогу запровадити елемент змагання в класі за змішаного навчання. Шаблон «Гравітація» являє собою віртуальний космічний простір, де необхідно вчасно знищити астероїди, правильно відповівши на запитання. Шаблон «Підбір» являє собою ігровий простір, де потрібно підібрати картки в пари за мінімальний час. В обох іграх учні обмежені часом, і обидва шаблони передбачають демонстрацію табло найкращих учасників, яке показується учневі після проходження завдання. Лише шаблон «Підбір» підтримує режим вбудовування на сторонніх сайтах (блог, MOODLE, Google Classroom тощо).

За допомогою платформи «Quizlet» можна організовувати інтерактивну групову роботу (QuizletLive) у класі у форматі змішаного навчання. QuizletLive є різновидом Student Response System (SRS), коли всі учні, маючи смартфон із виходом в інтернет, виконують колективне завдання. Завдання створюється учителем або запозичується з бази завдань платформи. Клас ділиться на групи для виконання завдань, на екрані вчителя та на загальному екрані проєктора відображається інтерактивна дошка лідерів та прогрес кожної команди. Роботу в даному режимі влаштовано таким чином, що всі учасники однієї команди отримують одне й те саме запитання, але різні варіанти відповідей, і правильно відповісти на запитання команда може, тільки радячись між собою. Таким чином, реалізується розвиток умінь кооперації та співпраці. Результати, що миттєво змінюються в реальному часі, значно підвищують зацікавленість учнів, їхню мотивацію та залученість у процес навчання.

Отже, слід зазначити, що найзрозумілішим інтерфейсом і найкращими можливостями щодо інтеграції завдань на сторонніх сайтах володіє платформа «Learningapps». Створені та взяті з бази завдання автоматично створюються за стандартом SCORM і можуть бути інтегровані на різноманітні підтримувальні сайти. Також ці завдання можуть бути відкриті в режимі іbook або миттєво завантажені на смартфони учнів завдяки QR-коду. «Quizlet» пропонує найменший вибір форматів завдань, але має функцію з організації групової змагальної роботи, яка відсутня у «Learningapps». На платформах «Learningapps» і «Quizlet» можуть бути створені сети завдань, куди можна додати учнів і слідкувати за виконанням завдань. Крім інструменту створення електронних освітніх ресурсів (EOR) і відкритих освітніх ресурсів (BOR) ці дві платформи є ще й агрегаторами BOR, тому що всі створені на цих платформах завдання входять до бази відкритих завдань, які можна вільно використовувати в освітніх цілях.

2.4. Методичні рекомендації для вчителів щодо впровадження системи гейміфікації на уроках англійської мови.

Гейміфікація є потужним інструментом для залучення учнів до навчального процесу, але її ефективне використання вимагає чітких алгоритмів та уникнення надмірної ігровізації, щоб зберігати освітню цінність завдань.

1. Алгоритм впровадження системи гейміфікації.

Аналіз цілей уроку:

- Чітко визначте освітні та мовні цілі уроку (наприклад, закріплення граматики, розвиток навичок говоріння чи письмо).
- Вирішіть, які елементи гейміфікації (бали, бейджі, рівні, лідерборди) найкраще підтримають ці цілі.

Планування уроку з гейміфікацією:

- Оберіть відповідну тему та визначте, які етапи уроку можуть бути гейміфіковані (наприклад, закріплення лексики через Kahoot або LearningApps).
- Розробіть інтерактивні завдання, які відповідають програмі, наприклад, використання *non-continuous verbs* чи створення проєктів.

Розробка системи мотивації:

- Введіть систему балів за виконання завдань (наприклад, +10 балів за правильно виконане завдання).

Розробіть нагороди: бейджі («Grammar Genius», «Vocabulary Master»), рівні («Explorer», «Adventurer»), або реальні заохочення (сертифікати, символічні призи).

Вибір інструментів для гейміфікації:

- Використовуйте цифрові платформи, такі як Quizlet, Kahoot!, Padlet або Canva для інтерактивних завдань.
- Додайте елементи таблиці лідерів та прогрес-барів, які дозволяють учням бачити свої досягнення.

Інтеграція гейміфікації у всі етапи уроку:

- Підготовка: почніть урок із короткої гри-вікторини для активації попередніх знань.
- Основна частина: включіть змагальні завдання або командні проекти, які дозволяють заробляти бали.
- Закріплення: проведіть інтерактивний тест на платформі Kahoot! або LearningApps, який підсумує знання.
- Аналіз результатів: оцініть, наскільки ефективно інтегровані ігрові елементи вплинули на залученість і результати учнів.

Збирайте відгуки учнів, щоб вдосконалювати підхід.

2. Як уникнути «перегейміфікації» та зберегти навчальну цінність завдань.

Пріоритет освітньої цінності:

- Завдання мають бути спрямовані на досягнення навчальних цілей, а не лише на розвагу.
- Гра повинна підтримувати розвиток мовленнєвих навичок, наприклад, через практику граматики або лексики.

Контроль за балансом:

- Не перетворюйте весь урок на гру. Гейміфікація має бути частиною уроку, а не його основою.
- Інтегруйте гейміфікацію на ключових етапах (наприклад, повторення матеріалу, перевірка знань).

Оцінювання результатів:

- Поясніть учням, що бали та нагороди — це додатковий стимул, але головне — якість виконання завдань і отримані знання.
- Включайте оцінювання, яке поєднує результати гейміфікованих завдань із традиційними формами контролю.

Поступове впровадження:

- Почніть із одного елемента (наприклад, бейджів або балів), і поступово додавайте інші, якщо вони ефективно працюють.
- Уникайте перевантаження учнів одночасним використанням усіх ігрових елементів.

Врахування інтересів учнів:

- Переконайтеся, що теми, завдання та форма гейміфікації відповідають віковим і когнітивним особливостям учнів.
- Давайте можливість учням висловлювати свої ідеї щодо покращення системи.

3. Переваги правильної гейміфікації.

- Підвищення мотивації: учні активніше беруть участь у завданнях, оскільки бачать прогрес і досягають реальних результатів.
- Індивідуалізація: гейміфікація дозволяє врахувати рівень підготовки кожного учня, надаючи завдання різної складності.
- Розвиток навичок співпраці: командні завдання з гейміфікацією сприяють спілкуванню й взаємодії між учнями.

Приклад ефективного уроку.

Тема: "Подорож до дикої природи"

Гейміфіковані елементи:

Початок уроку: Kahoot-вікторина для активації знань.

Основна частина: Розподіл по командах для інтерактивної гри на LearningApps.

Закріплення: Таблиця лідерів із прогрес-барами та нагородження бейджами.

Висновки до II розділу.

У цьому розділі нами розроблено систему гейміфікації для підвищення мотивації учнів 7 класу НУШ на уроках англійської мови:

1. Аналіз змісту навчальних програм виявив ключові цілі та теми, які лягли в основу інтеграції гейміфікаційних елементів у навчальний процес.
2. Структура системи гейміфікації передбачає використання балів, бейджів, рівнів і таблиць лідерів для підсилення зацікавленості та залучення учнів до активної участі.
3. Розроблені сценарії уроків із гейміфікаційними елементами сприяють створенню динамічного навчального середовища та покращенню взаємодії між учнями.
4. Інтеграція мобільних застосунків дозволяє створювати інтерактивний контент, що відповідає сучасним технологічним потребам учнів та забезпечує гнучкість у навчанні.
5. Методичні рекомендації пропонують вчителям покрокову інструкцію для ефективного впровадження гейміфікації, акцентуючи увагу на адаптації до індивідуальних потреб класу.

Система гейміфікації, запропонована в цьому розділі, є інноваційним підходом, що поєднує педагогічні та технологічні рішення для створення ефективного та мотивуючого освітнього процесу.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.

Результати проведеного нами дослідження на тему «Створення системи гейміфікованого навчання щодо покращення мотивації учнів основної школи на уроках англійської мови» підтвердили її актуальність та ефективність інтеграції гейміфікації як інноваційного педагогічного підходу в іншомовне освітнє середовище. Впровадження ігрових елементів у навчальний процес дозволяє не лише підвищити мотивацію учнів в англійськом класі, але й створити інтерактивне середовище для формування і закріплення іншомовних компетенцій здобувачів освіти основної (базової) школи.

Теоретичний аналіз наукової літератури та сучасних досліджень щодо концепції гейміфікації, її принципів та методів застосування продемонстрував, що цей підхід базується на принципах автономії, змагальності, негайного зворотного зв'язку та поступового прогресу, а також забезпечує індивідуалізацію навчання, формує позитивне ставлення здобувачів освіти до вивчення іноземної мови. Основні ігрові елементи (бали, бейджі, рівні, таблиці лідерів) не лише стимулюють внутрішню мотивацію, але й сприяють активному залученню учнів основної школи у навчальний процес.

Гейміфікація в освітньому контексті має мультидисциплінарний характер, поєднуючи психологію мотивації, педагогіку, методику навчання та інформаційні технології. Її інтеграція у вивчення англійської мови створює умови для ефективного розвитку мовленнєвих навичок у межах комунікативного підходу.

Проаналізувавши модельні навчальні програми «Іноземна мова. 5-9 класи» для закладів загальної середньої освіти, було обрано для нашого дослідження навчальну програму НУШ для 7 класу, на основі якої розроблено комплексну систему гейміфікованого навчання, що включає:

1. Ігрові механіки: бали для стимулювання прогресу, бейджі для визнання досягнень, рівні складності для поступового розвитку навичок, таблиці лідерів для підтримання змагального духу.
2. Сценарії уроків: гейміфіковані завдання спрямовані на розвиток усіх видів мовленнєвої діяльності (слухання, читання, говоріння, письмо). Впроваджено ситуаційні ігри, які інтегрують навчальні матеріали та життєві ситуації.

3. Інструменти: інтеграція мобільних застосунків (Kahoot, Quizlet) та використання цифрових платформ для створення індивідуального та групового навчального контенту.
4. Методичні рекомендації: розроблено покрокові інструкції для вчителів англійської мови щодо впровадження елементів гейміфікації, зокрема щодо адаптації до різних рівнів підготовки учнів.

Гейміфікація продемонструвала здатність задовольнити когнітивні та емоційні потреби учнів основної школи. Її використання стимулює як внутрішню мотивацію (бажання досягти мети), так і зовнішню (отримання винагороди).

Для адаптації системи до визначеної вікової групи здобувачів освіти (7 клас) рекомендовано створювати завдання середньої складності, які спрямовані на співпрацю у групах, розвиток критичного мислення та інтерактивне відстеження прогресу. Це дозволить на старших етапах зробити акцент на довготривалих завданнях, орієнтованих на проєктну діяльність, створення власних ігрових сценаріїв та використання платформ для самостійного гейміфікованого навчання.

Теоретична значущість полягає у глибокому осмисленні гейміфікації як сучасного педагогічного інструменту, адаптованого до специфіки навчання іноземних мов. Це дослідження сприяє розширенню уявлень про методологію інтеграції гейміфікації у традиційні навчальні моделі.

Практична значення реалізується через розробку методичних рекомендацій, практичних завдань і сценаріїв уроків, що можуть використовуватися вчителями англійської мови для покращення якості освітнього процесу.

Подальші наукові розвідки можуть бути спрямовані на вивчення довгострокового впливу гейміфікації на навчальну мотивацію, розробку персоналізованих платформ для різних вікових груп та інтеграцію штучного інтелекту для автоматизації гейміфікованого контенту. Додатковий інтерес викликає дослідження можливостей гейміфікації у змішаному навчанні та у дистанційній освіті.

Таким чином, розроблена система гейміфікації демонструє високий потенціал для підвищення ефективності уроків англійської мови, сприяючи формуванню у здобувачів освіти не лише мовленнєвих, а й метакогнітивних навичок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.

1. Зимомря, І. М., Мойсюк, В. А., Трифан, М. С., Унгурян, І. К., Яковчук, М. В. (2021). *Модельна навчальна програма «Іноземна мова. 5-9 класи» для закладів загальної середньої освіти*. Наказ МОНУ № 795 від 12.07.2021. Взято з <http://surl.li/qvsttg>.
2. Коста, Д., Вільямс, М., & Скрипник, І. (2024). *Англійська мова (7 рік навчання)*. Київ: Видавництво «Лінгвіст». Взято з <http://surl.li/zhpchf>.
3. Редько, В. Г., Шаленко, О. П., Сотникова, С. І., Коваленко, О. Я., Коропецька, І. Б., Якоб, О. М. ... Кіор, Т. М. (2021). *Модельна навчальна програма «Іноземна мова 5-9 класи» для закладів загальної середньої освіти*. Наказ МОНУ № 795 від 12.07.2021. Взято з <http://surl.li/vkqkdd>.
4. Aldahash, T., & Alenezi, A. (2021). The Success Factors of Implementing Web-Based Gamification According to the Viewpoint of Female English Teachers for Public Education Stages. *International Journal of Information and Education Technology*, 11(12), 603–614. DOI: <https://doi.org/10.18178/ijiet.2021.11.12.1571>.
5. Alexiou, A., & Schippers, M. C. (2018). Digital game elements, user experience and learning: A conceptual framework. *Education and Information Technologies*, 23, 2545–2567. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10639-018-9730-6>.
6. Al-Towirgi, R. S., Daghestani, L. F., & Ibrahim, L. F. (2018). Increasing Students Engagement in Data Structure Course Using Gamification. *International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning*, 8(4), 193–211. DOI: <https://doi.org/10.17706/ijejee.2018.8.4.193-211>.
7. Ames, C. (1990). Motivation: What Teachers Need to Know. *Teachers College Record*, 91(3), 409–421. DOI: <https://doi.org/10.1177/016146819009100306>.
8. Bandura, A. (1999). A social cognitive theory of personality. In L. Pervin & O. John (Ed.), *Handbook of personality* (2nd ed., pp. 154–196). New York: Guilford Publications. (Reprinted in D. Cervone & Y. Shoda [Eds.], *The coherence of personality*. New York: Guilford Press.) Retrieved from <http://surl.li/eudokq>.
9. Barata, G., Gama, S., Jorge, J., & Gonçalves, D. (2013). Improving participation and learning with gamification. In *Proceedings of the First International Conference on*

Gameful Design, Research, and Applications – Gamification'13.
<https://doi.org/10.1145/2583008.2583010>.

10. Barber, C., Beal, J. C., and Shaw, P. A. (2009). *The English language: A historical introduction*. Cambridge: Cambridge University Press. DOI: <https://doi.org/10.1017/CBO9780511817601>.
11. Becker, K. & Nicholson, S. (2016). Gamification in the Classroom: Old Wine in New Badges. *Old Wine in New Badges*. In K. Schrier (Ed.), *Learning, Education & Games, Volume 2: Bringing Games into Educational Contexts* (pp. 61–85). Pittsburgh, PA: ETC Press.
12. Bicen, H., and Kocakoyun, S. (2018). Perceptions of students for gamification approach: Kahoot as a case study. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 13(02), 72–93. DOI: <https://doi.org/10.3991/ijet.v13i02.7467>.
13. Bodyk, O., and Karnoza, I. (2024). Gamification in English Language Teaching: Theoretical Foundations of Motivation via Game Strategies. In *Proceedings of the XV International Scientific and Practical Conference: Complexities of education of modern youth and students*. International Science Group, Paris, France, 227–237. DOI: <https://doi.org/10.46299/ISG.2024.2.15>.
14. Buckingham, J. (2014). Open digital badges for the uninitiated. *Journal for English as a Second Language*, 18(1), 1–11. Retrieved from <http://www.tesl-ej.org/wordpress/issues/volume18/ej69/ej69int/>.
15. Cepeda, N. J., Pashler, H., Vul, E., Wixted, J. T., & Rohrer, D. (2006). Distributed practice in verbal recall tasks: A review and quantitative synthesis. *Psychological Bulletin*, 132(3), 354–380. DOI: <https://doi.org/10.1155/2010/935169>.
16. Charkova, A. D. (2022). Gamification in Language Teaching at the University Level: Learner Profiles and Attitudes. *Чуждоезиково обучение*, 49(3), 272–284. DOI: <https://doi.org/10.53656/for22.307gami>.
17. Chen Hsieh, J. S., Wu, W.-C. V., and Marek, M. W. (2017). Using the flipped classroom to enhance EFL learning. *Computer Assisted Language Learning*, 30(1-2), 1–21. DOI: <https://doi.org/10.1080/09588221.2015.1111910>.
18. Çınar, A., Erişen, Y., & Çeliköz, M. (2022). A mixed-method research on the effectiveness of using gamification elements in an online English course. *International*

- Journal of Educational Research Review, 7(4), 280–291. DOI: <https://doi.org/10.24331/ijere.1140960>.
19. Cloke, H. (August 29, 2019). The History of Gamification (From the Very Beginning to Now). Growth Engineering Technologies (Web site). Retrieved from <http://surl.li/ubfecc>.
 20. Cloke, H. (March 7, 2024). The Definitive Definition of Gamification (+ 8 Real-World Examples). Growth Engineering Technologies (Web site). Retrieved from <http://surl.li/qwrliu>.
 21. Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2010). A Guide to Teaching Practice. (5th Ed.). London: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203848623>.
 22. Coonradt, C. (2007). The Game of Work ([edition unavailable]). Gibbs Smith. Retrieved from <http://surl.li/qrpmsv>.
 23. Culdaz, M. (2023). Gamification in English Language Teaching (ELT): A Comprehensive Review of Theory and Practice. International Journal of Social and Humanities Sciences Research, 10(100), 2663–2675 DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10028941>.
 24. Cunningham, C., & Zichermann, G. (2011). Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. O’Reilly Media, Incorporated.
 25. Dehghanzadeh, H., Fardanesh, H., Hatami, J., Talaei, E., and Noroozi, O. (2019). Using gamification to support learning English as a second language: A systematic review. Comput. Assist. Lang. Learn. 34, 934–957. DOI: <https://doi.org/10.1080/09588221.2019.1648298>.
 26. Demirbilek, M. (2023). Mobile Gamification Tools for Foreign Language Teaching in Higher Education. In M. Armie, G. Asensio, M. de los Ríos, & A. Jordán Soriano (Eds.), New Perspectives in Teaching and Learning With ICTs in Global Higher Education Systems (pp. 1-18). IGI Global Scientific Publishing. DOI: <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-8861-4.ch001>.
 27. Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., and Nacke, L. (2011a). From game design elements to gamefulness: defining “gamification”. In Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media

- Environments (MindTrek'11). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 9–15. DOI: <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>.
28. Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K. & Dixon, D. (2011b). Gamification: Using game design elements in non-gaming contexts. In Proceedings of the 2011 Annual Conference Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, 66. 2425–2428. DOI: <https://doi.org/10.1145/1979742.1979575>.
29. Draper, S. W. (1999). Analysing fun as a candidate software requirement. *Personal Technologies*, 3, 117–122. DOI: <https://doi.org/10.1007/BF01305336>.
30. Ejsing-Duun, S., & Karoff, H. S. (2014). Gamification of a higher education course: What's the fun in that? In C. Busch (Ed.), *Proceedings of the 8th European Conference on Game Based Learning - ECGBL 2014* (pp. 92-98). Academic Conferences and Publishing International.
31. Esteban, A. J. (2024). Theories, Principles, and Game Elements that Support Digital Game-Based Language Learning (DGBLL): A Systematic Review. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 23(3), 1–22, DOI: <https://doi.org/10.26803/ijlter.23.3.1>.
32. Fogg, B. J. (December 1 - December 31, 2002). Persuasive technology: using computers to change what we think and do. *Ubiquity 2002*, December, Article 5, 32 pages. DOI: <https://doi.org/10.1145/764008.763957>.
33. Fulton, J. N. (2019). *Theory of Gamification – Motivation*. (PhD's thesis). William Howard Taft University, Denver, Colorado. Retrieved from <http://surl.li/fglqfx>.
34. Gartner. (2024). Gamification. *Glossary: Marketing Glossary* (Web site). Retrieved from <http://surl.li/elypua>.
35. Glover, I., Campbell, A., Latif, F., Norris, L., Toner, J., & Tse, C. (2012). A Tale of One City: Intra- institutional Variations in Migrating VLE Platform. *Research in Learning Technology*, 20, 26–38. DOI: <http://dx.doi.org/10.3402/rlt.v20i0.19190>.
36. Godden, D. R., & Baddeley, A. D. (1975). Context-dependent memory in two natural environments: On land and underwater. *British Journal of psychology*, 66(3), 325–331. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.2044-8295.1975.tb01468.x>.
37. Goshevski, D., Veljanoska, J., & Hatziapostolou, T. (2017). A Review of Gamification Platforms for Higher Education. In *Proceedings of the 8th Balkan Conference in*

- Informatics (BCI'17). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, Article 28, 1–6. DOI <https://doi.org/10.1145/3136273.3136299>.
38. Hamari, J. (2013). Transforming homo economicus into homo ludens: A field experiment on gamification in a utilitarian peer-to-peer trading service. *Electronic Commerce Research and Applications*, 12(4), 236–245. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2013.01.004>
39. Hamari, J. (2024). Gamification. In G. Ritzer, C. Rojek & M. Ryan (Eds.), *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Sociology*. (2nd ed.). Malden, MA: Wiley-Blackwell Publishing. DOI: <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeos1321>.
40. Hamari, J., & Lehdonvirta, V. (2010). Game design as marketing: How game mechanics create demand for virtual goods. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 5(1), 14–29. DOI: <https://doi.org/10.69864/ijbsam.5-1.48>.
41. Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does Gamification Work? – A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. In 47th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS). IEEE. DOI: <https://doi.org/10.1109/hicss.2014.377>.
42. Hockly, N., and Dudeney, G. (2018). Current and future digital trends in ELT. *RELC J.* 49, 164–178. DOI: <https://doi.org/10.1177/0033688218777318>.
43. Howatt, A. P., and Smith, R. (2014). The history of teaching English as a foreign language, from a British and European perspective. *Lang. Hist.* 57, 75–95. DOI: <https://doi.org/10.1179/1759753614Z.00000000028>.
44. Humphries, S., and Burns, A. (2015). «In reality it's almost impossible»: CLT-oriented curriculum change. *ELT J.* 69, 239–248. DOI: <https://doi.org/10.1093/elt/ccu081>.
45. Jogo, D. A., Chalco, G. C., Bittencourt, I. I., Reis, M., Silva, L. R., & Isotani, S. (2022). Investigating how gamified syllabic literacy impacts learning, flow and inappropriate behaviors: a single-subject study design. *International Journal of Child-Computer Interaction*, 33(2022), 1–14. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijcci.2022.100458>.
46. Kapp, K. (2012). *The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. San Francisco, CA: Pfeiffer.
47. Kessler, G. (2018). Technology and the future of language teaching. *Foreign Lang. Ann.* 51, 205–218. DOI: <https://doi.org/10.1111/flan.12318>.

48. Koss, H. (June 14, 2022). Gamification: What It Is and How It Works (With 8 Examples). Built In (Web site). Retrieved from <http://surl.li/hruaxo>.
49. Krath, J., Schürmann, L., & Von Korflesch, H. F. (2021). Revealing the theoretical basis of gamification: A systematic review and analysis of theory in research on gamification, serious games and gamebased learning. *Computers in Human Behavior*, 125(2021), 1–33. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106963>.
50. Lee, G., and Wallace, A. (2018). Flipped learning in the English as a foreign language classroom: outcomes and perceptions. *TESOL Quarterly*, 52(1), 62–84. DOI: <https://doi.org/10.1002/tesq.372>.
51. Liu, T.-Y., and Chu, Y.-L. (2010). Using ubiquitous games in an English listening and speaking course: Impact on learning outcomes and motivation. *Comput. Educ.* 55, 630–643. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2010.02.023>.
52. Malone T. W. (1982). Heuristics for designing enjoyable user interfaces: Lessons from computer games. In *Proceedings of the 1982 Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '82)*. Association for Computing Machinery, New York, NY, USA, 63–68. DOI: <https://doi.org/10.1145/800049.801756>.
53. Malone, T. W. (1981). Toward a Theory of Intrinsically Motivating Instruction. *Cognitive Science*, 5, 333–369. DOI: https://doi.org/10.1207/s15516709cog0504_2
54. Malone, T. W., & Lepper, M. R. (1987). Making learning fun: A taxonomy of intrinsic motivations for learning. In R.E. Snow & M.J. Farr (Eds.), *Aptitude, learning, and instruction volume 3: Conative and affective process analyses* (pp. 223–253). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
55. Meece, J. L., Anderman, E. M., & Anderman, L. H. (2006). Classroom Goal Structure, Student Motivation, and Academic Achievement. *Annual Review of Psychology*, 57, 487–503. DOI: <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.56.091103.070258>.
56. Mesko, Bertalan (October 28, 2024). The Top Examples of Gamification in Healthcare. *The Medical Futurist* (Web site). Retrieved from <http://surl.li/omzvtv>.
57. Nakamura, J., & Csíkszentmihályi, M. (2009). Flow Theory and Research. In C. R. Snyder, & S. J. Lopez (Eds.), *Oxford Handbook of Positive Psychology* (2nd ed., pp. 195–206). Oxford, MS: Oxford University Press. DOI: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780195187243.013.0018>.

58. Nhan, L. K. Examining the Impact of Gamification on English Language Instruction: A Literature Review. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 7(2), 46–54. DOI: <https://doi.org/10.51386/25815946/ijms-v7i2p106>.
59. Pintrich, P. R. (2003). A Motivational Science Perspective on the Role of Student Motivation in Learning and Teaching Contexts. *Journal of Educational Psychology*, 95(4), 667–686. DOI: <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-0663.95.4.667>.
60. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory. Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. London-New York, NY: The Guilford Press. DOI: <https://doi.org/10.1521/978.14625/28806>.
61. Savignon, S. J. (1991). Communicative language teaching: State of the art. *TESOL Q.* 25, 261–278. DOI: <https://doi.org/10.2307/3587463>.
62. Schunk, D. H., & DiBenedetto, M. K. (2016). Self-efficacy theory in education. In K. R. Wentzel and D. B. Miele (Eds.), *Handbook of Motivation at School*. (2nd ed., pp. 34–54). New York, NY: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315773384>.
63. Seaborn, K. & Fels, D. I. (2015). Gamification in theory and action: A survey. *International Journal of Human-Computer Studies*, 74, 14–31. DOI: <http://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2014.09.006>.
64. Shortt, M., Tilak, S., Kuznetcova, I., Martens, B., and Akinkuolie, B. (2021). Gamification in mobile-assisted language learning: A systematic review of Duolingo literature from public release of 2012 to early 2020. *Computer Assisted Language Learning*, 36(3), 517–554. DOI: <https://doi.org/10.1080/09588221.2021.1933540>.
65. Singer, N. (April 16, 2016). Kahoot! App Brings Urgency of a Quiz Show to the Classroom. *The New York Times* (Web site). Retrieved from <http://surl.li/ebddzl>.
66. Skehan, P. (2003). Task-based instruction. *Lang. Teach.* 36, 1–14. DOI: <https://doi.org/10.1017/S026144480200188X>.
67. Skinner, B. F. (1984). Methods and theories in the experimental analysis of behavior. *Behavioral and Brain Sciences*, 7(4), 511–523. DOI: <https://doi.org/10.1017/S0140525X00026996>.
68. Su, F., Zou, D., Xie, H., and Wang, F. L. (2021). A comparative review of mobile and non-mobile games for language learning. *Sage Open*, 11(4), 1–20. DOI: <https://doi.org/10.1177/21582440211067247>.

69. Szabó, F., & Kopinska, M. (2023). Gamification in foreign language teaching: A conceptual introduction. *Hungarian Educational Research Journal*, 13(3), 418–428. DOI: <https://doi.org/10.1556/063.2023.00202>.
70. Vathanalaoha, K. (2022). Effects of Gamification in English Language Learning: The Implementation of Winner English in Secondary Education in Thailand. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 15(2), 830–857. Retrieved from <http://surl.li/fulrri>.
71. Waite-Stupiansky, S. (2022). Jean Piaget’s constructivist theory of learning. In Lynn E. Cohen & Sandra Waite-Stupiansky (Eds.), *Theories of early childhood education: developmental, behaviorist, and critical*. New York, NY: Routledge. DOI: <https://doi.org/10.4324/9781315641560-1>.
72. Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Philadelphia, PA: Wharton Digital Press.
73. Werbach, K., & Hunter, D. (2015). *The Gamification Toolkit: Dynamics, Mechanics, and Components for the Win*. Philadelphia, PA: Wharton School Press. Retrieved from <http://surl.li/hdvawf>.
74. Yoong, Y. Y., Kaur, S., & Keat, P. H. (2019). Constructivist Learning, Vocabulary Learning Strategies and Motivational Theories for English Vocabulary Acquisition Tool Using Cloud Computing. *International journal of academic research in business and social sciences*, 9(13), 304–318. DOI: <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBSS/v9-i13/6485>.
75. Zohud, N. W. (2019). Exploring palestinian and Spanish Teachers perspectives on using online computer games in learning English vocabulary. *Publicaciones*, 49, 93–115. DOI: <https://doi.org/10.30827/publicaciones.v49i2.11346>.

ДОДАТКИ

Додаток 1.

Приклади гейміфікованих завдань (з інструкціями для вчителя та учнів).

Практичні гейміфіковані завдання для платформ LearningApps, Quizlet та Kahoot! до сценаріїв уроків (див.)

1. "Подорож до дикої природи".

Мета: Закріплення лексики, розвиток навичок опису природи, використання non-continuous verbs.

LearningApps: "Wildlife Adventure"

Інтерактивна гра:

Тип завдання: Інтерактивна мапа або вікторина "Знайди тварину".

- **Завдання:** Учні обирають на інтерактивній карті певний об'єкт (наприклад, тигра, річку або дерево). Після вибору об'єкта з'являється опис, який потрібно доповнити або виправити, використовуючи non-continuous verbs.
- **Приклад тексту:**
 - *The tiger ___ (to live) in dense forests and ___ (to hunt) at night.*
 - *Відповідь: The tiger lives in dense forests and hunts at night.*
- **Результат:** Учні отримують бали за кожну правильну відповідь.

[Створити гру на LearningApps](#)

Quizlet: "Nature and Wildlife Vocabulary Flashcards"

Інтерактивна гра:

- **Режими:**
 - **Flashcards:** Учні переглядають картки з новою лексикою, пов'язаною з природою та тваринами (*eagle, tiger, valley, mountain*).

- **Matching:** Учні співвідносять зображення тварин/географічних об'єктів із їхніми описами.
- **Gravity:** Учні вводять правильні відповіді на час, щоб уникнути "падіння метеорита".
- **Результат:** Усі учасники проходять вправу в різних режимах, накопичуючи очки.

[Створити набір на Quizlet](#)

Kahoot!: "Journey Through the Wild"

Інтерактивна гра:

- **Тип завдання:** Вікторина на основі сценарію подорожі.
- **Завдання:** Учням пропонуються запитання з декількома варіантами відповідей:
 - *Which animal is the fastest in the wild?*
 - A: Elephant
 - B: Cheetah (правильна відповідь)
 - C: Eagle
 - *What is the habitat of a bear?*
 - A: Mountains (правильна відповідь)
 - B: Deserts
 - C: Grasslands
- **Результат:** Гравці отримують бали за правильність і швидкість відповідей. Таблиця лідерів відображає результати в реальному часі.

[Створити вікторину на Kahoot!](#)

2. "Створення національного парку"

Мета: Закріплення лексики, розвиток навичок письма та роботи в групах, формування екологічної свідомості.

LearningApps: "Build Your National Park"

Інтерактивна гра:

Тип завдання: Створення інтерактивної карти.

- **Завдання:**

- Учні отримують порожню карту парку.
 - Завдання — розмістити елементи (тварин, рослини, озера, гори) у відповідних місцях.
 - Після кожного розміщення з'являється запитання про тварину/рослину:
 - *What does this animal eat?*
 - *Where does this plant grow?*
 - Відповіді впливають на кількість отриманих балів.
-

Quizlet: "Park Rules and Features"

Інтерактивна гра:

- **Режими:**

- **Matching:** Відповідність між правилами (e.g., *Do not feed the animals*) та їх наслідками (e.g., *To protect their natural behavior*).
 - **Test Mode:** Завдання на заповнення прогалин або створення власних правил парку.
 - **Learn:** Учні поступово запам'ятовують правила, особливості географії та флори/фауни.
-

Kahoot!: "National Park Trivia"

Інтерактивна гра:

- **Тип завдання:** Вікторина про національні парки.

- **Завдання:** Запитання охоплюють основні правила парків, опис тварин і географічних особливостей:
 - *Which national park is home to the Grand Canyon?*
 - A: Yellowstone
 - B: Grand Canyon National Park (правильна відповідь)
 - C: Yosemite
 - *What is a common rule in all national parks?*
 - A: Leave no trace (правильна відповідь)
 - B: Camp anywhere
 - C: Feed the animals
 - **Результат:** Таблиця лідерів показує, які групи відповіли правильно.
-

Ці ігрові завдання інтегрують гейміфікацію в уроки, підвищують мотивацію та залученість учнів, а також допомагають засвоювати новий матеріал у цікавій і конкурентній формі.

**Матеріали для візуалізації гейміфікованої системи
(таблиці лідерів, шаблони бейджів).**

Візуалізація гейміфікованої системи для класу, що включає в себе:



1. Дизайн таблиці лідерів:

- Відображає назви команд (наприклад, «Дослідники дикої природи», «Захисники природи», «Шукачі пригод» ("*Wild Explorers,*" "*Eco Protectors,*" "*Adventure Seekers*")).
- Показує бали за допомогою кольорових смуг і числових значень.
- Включено розділи «Бали команди», «Зароблені значки» та «Рівні прогресу» ("*Team Points,*" "*Badges Earned,*" and "*Progress Levels*").

2. Шаблони бейджів:

- Включає такі дизайни, як:
 - «Експерт з дикої природи» ("*Wildlife Expert*") із зображенням орла.
 - «Екологічний воїн» ("*Eco Warrior*") із піктограмою листочка.
 - «Скелелаз» ("*Mountain Climber*") із зображенням гори.
- Кожен значок яскравий і тематичний, привабливий для учнів 7-го класу.

Інструкції для роботи з рекомендованими цифровими платформами LearningApps, Quizlet, Kahoot!

1. LearningApps

LearningApps – це платформа для створення інтерактивних завдань, таких як вікторини, кросворди, інтерактивні карти та інші навчальні ігри.

Інструкції для використання:

Реєстрація та вхід:

- Перейдіть на [LearningApps.org](https://www.learningapps.org).
- Зареєструйтеся або увійдіть у свій обліковий запис.

Створення завдання:

- Натисніть на кнопку "Створити новий додаток".
- Виберіть шаблон (наприклад, вікторина, кросворд, інтерактивна мапа).

Заповніть поля:

- Додайте текст, зображення або відео для запитань.
- Вкажіть правильні відповіді.
- Налаштуйте дизайн, додавши ілюстрації або змінюючи кольори.

Поширення завдання:

- Після створення завдання натисніть "Зберегти".
 - Поділіться посиланням із учнями або додайте інтерактив у ваш урок.
 - Використання готових завдань:
 - У пошуковому рядку знайдіть завдання за темою.
 - Виберіть відповідне завдання та скопіюйте посилання для учнів.
-

2. Quizlet

Quizlet – це платформа для створення наборів карток, тестів, ігор для вивчення нової інформації.

Інструкції для використання:

Реєстрація та вхід:

- Відвідайте [Quizlet.com](https://quizlet.com).
- Зареєструйтеся або увійдіть у свій обліковий запис.

Створення набору карток:

- Натисніть "Create" (Створити).
- Додайте назву набору, опишіть тему.
- Введіть терміни та визначення. Ви також можете додати зображення або аудіо.

Доступні режими:

- Flashcards: Учні переглядають картки для запам'ятовування.
- Learn: Платформа створює завдання для поступового вивчення термінів.
- Match: Гра на співвіднесення термінів і визначень.
- Test: Генерує тести різного типу.

Поширення набору:

- Після завершення натисніть "Done" (Готово).
- Поділіться посиланням або QR-кодом із учнями.
- Пошук готових матеріалів:
- У пошуковому рядку введіть ключове слово, наприклад, "wildlife vocabulary".
- Виберіть потрібний набір і додайте його до своєї колекції.

3. Kahoot!

Kahoot! – це платформа для створення інтерактивних вікторин, опитувань та ігор у реальному часі.

Інструкції для використання:

Реєстрація та вхід:

- Відвідайте [Kahoot.com](https://kahoot.com).
- Створіть обліковий запис або увійдіть.

Створення вікторини:

- Натисніть "Create" (Створити).
- Додайте назву, оберіть тип завдання (вікторина, відкриті запитання, голосування).
- Додайте запитання та варіанти відповідей. Можна додати зображення або відео для візуалізації.
- Вкажіть правильну відповідь.

Запуск гри:

- Натисніть "Start" (Запустити).
- Поділіться PIN-кодом з учнями, щоб вони приєдналися.
- Гра проходить у реальному часі, а таблиця лідерів оновлюється після кожного раунду.

Пошук готових ігор:

- У пошуковому рядку введіть тему, наприклад, "National Parks".
- Виберіть готову гру та запустіть її для класу.

Поради для вчителя:

- Перевірте всі завдання перед запуском.
- Включіть інтерактивні завдання у план уроку для більшої залученості учнів.
- Використовуйте таблиці лідерів і нагороди, щоб підтримувати мотивацію.

Анкета для учнів

Мета: з'ясувати ставлення учнів до використання ігрових елементів у навчанні, їхній досвід та вподобання.

1. Загальна інформація

1.1. Ваш клас:

5–6

7–8

9

1.2. Чи цікавитеся ви відеоіграми, настільними іграми або іншими видами ігор?

Так

Ні

1.3. Як часто на уроках іноземної мови використовуються ігрові елементи?

Часто

Інколи

Рідко

Ніколи

2. Ваше ставлення до ігрових елементів у навчанні

2.1. Чи подобаються вам уроки з використанням ігор або ігрових елементів?

Дуже подобаються

Подобаються

Нейтрально

Не подобаються

Дуже не подобаються

2.2. Які з наступних ігрових елементів вам здаються цікавими? (Можна обрати кілька варіантів)

Нагороди (бейджі, бали)

Рівні (перехід від простого до складного)

Таблиці лідерів

Сценарії, засновані на ігрових історіях

Використання мобільних застосунків

Інше (вказіть): _____

2.3. Як ви оцінюєте ефективність ігрових елементів у навчанні?

Дуже ефективні

Скоріше ефективні

Нейтрально

Скоріше неефективні

Зовсім неефективні

2.4. Як впливають ігрові елементи на ваше бажання навчатися?

Збільшують бажання

Не змінюють

Зменшують бажання

3. Пропозиції та коментарі

3.1. Що б ви хотіли змінити або додати в ігрових елементах під час навчання?

3.2. Додаткові коментарі:

Анкета для вчителів

Мета: дослідити ставлення вчителів до гейміфікації, їхній досвід та бачення потенціалу ігрових елементів у навчанні

1. Загальна інформація

1.1. Ваш стаж роботи:

Менше 5 років

5–10 років

Понад 10 років

1.2. У якому класі ви навчаєте?

Молодша школа

Середня школа

Старша школа

1.3. Чи використовуєте ви ігрові елементи на уроках?

Так, регулярно

Інколи

Рідко

Ніколи

2. Ваше ставлення до гейміфікації

2.1. Як ви оцінюєте потенціал гейміфікації у навчальному процесі?

Дуже високий

Високий

Середній

Низький

Відсутній

2.2. Які ігрові елементи ви застосовуєте/готові застосовувати? (Можна обрати кілька варіантів)

Бали, бейджі, нагороди

Таблиці лідерів

Ігрові історії (сценарії уроків)

Мобільні застосунки

Інші: _____

2.3. Які виклики виникають під час впровадження гейміфікації? (Можна обрати кілька варіантів)

Недостатньо часу для підготовки

Відсутність ресурсів або інструментів

Низька мотивація учнів

Складнощі з інтеграцією в навчальний процес

Інше (вказіть): _____

2.4. Як ви оцінюєте вплив гейміфікації на мотивацію учнів?

Дуже позитивний

Позитивний

Нейтральний

Негативний

3. Пропозиції та коментарі

3.1. Що, на вашу думку, потрібно для ефективного впровадження ігрових елементів у навчанні?

3.2. Додаткові коментарі:

Обидві анкети можна адаптувати залежно від контексту дослідження.