

\*\*\*\*\*

## ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ВИДАВНИЧОЇ СПРАВИ ТА РЕДАГУВАННЯ

\*\*\*\*\*

УДК 37.091.313:82-92/-93

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.1\(41\).11](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2020.1(41).11)

**Г. В. Микитів**

старший викладач

e-mail: [gmykytiv@ukr.net](mailto:gmykytiv@ukr.net), ORCID: 0000-0001-6195-2994

Запорізький національний університет

вул. Жуковського, 66 б, м. Запоріжжя, 69600, Україна

### ФОРМУВАННЯ ПІЗНАВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЧИТАЧІВ ЗАСОБАМИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ В ДИТЯЧИХ ЖУРНАЛАХ

У статті узагальнено наукові підходи до тлумачення дефініцій «гейміфікація» та «ігрофікація»; акцентовано на їх недостатньому дослідженні в сучасному теоретичному дискурсі; окреслено сукупність поглядів щодо їх формулювання; вивчено український і зарубіжний науковий досвід із досліджуваної проблеми. На основі теоретичного аналізу встановлено відмінності між поняттями, зокрема зазначено, що гейміфікація має на меті серйозні й чіткі цілі, на відміну від ігрофікації, яка може їх не мати, і може не підпорядковуватись суворим правилам. Головна відмінність цих понять у тому, що гейміфікація має стабільний зворотний зв'язок, на відміну від ігрофікації, яка його не передбачає. Зазначено, що гейміфікація в загальному розумінні – це використання ігрових практик і механізмів у неігровому контексті для залучення кінцевих користувачів до вирішення проблем. Натомість гра – це відірваний від поточної діяльності людини процес, який має свої правила й ігрове поле, поза яким вона не існує, але, безумовно, може імітувати цю діяльність. Гра за своєю формою кінцева, оскільки має конкретний початок і кінець, а також часове обмеження. Вона не задіює вирішення певних завдань під час ігрового процесу. Водночас гейміфікація використовує лише ігрові елементи й механіки для впровадження їх у поточний процес діяльності людини.

Обґрунтовано, що формування пізнавальної діяльності читачів дитячих журналів засобами гейміфікації на сьогодні є ефективним, оскільки вона створює відчуття змагання, яке підсилює дитячий інтерес до читання журналів і до літератури загалом. У читачів виникає відчуття азарту, пробуджується цікавість до знань. Отримані результати від правильних відповідей приносять дітям відчуття задоволення, дозволяють учасникам гри підвищити свій статус та отримати певний стимул для прояву наполегливості й творчих здібностей, а дух конкуренції дає свої позитивні результати. Аргументовано, що ігрові елементи, як і сама гейміфікація, не можуть бути альтернативою для традиційного викладу інформації, а лише допоміжним елементом, який потрібно використовувати в обмеженій кількості, аби не перетворити потрібний процес формування пізнавальної діяльності на процес гри.

**Ключові слова:** гейміфікація, ігрофікація, гра, ігрові елементи, пізнавальна діяльність, журнал, видання.

#### І. Вступ

У час бурхливого розвитку інформаційних технологій періодиці для дітей стає дедалі складніше конкурувати в сучасному інформаційному просторі, і це незважаючи на те, що саме вони мають і «несуть» за собою благородну мету – збагатити молоде покоління знаннями та допомогти виховати в собі певну особистість. Попри це, дитячі журнали продовжують бути неабиякими порадиниками й друзями дитини під час пізнання навколишнього світу. Для цього на їх сторінках використовують різноманітні засоби привернення читацької уваги, формування пізнавальної діяльності. Одним із найсучасніших і надзвичайно ефективних у цьому плані є гейміфікація.

Гейміфікацію (також існують терміни геймізація або ігрофікація) як спосіб застосування ігрових підходів, елементів ігрового дизайну і принципів гри для неігрових процесів або в неігрових контекстах із метою підвищення залученості учасників до вирішення прикладних завдань усе частіше застосовують у різних сферах життя людини. Зокрема, у таких, як маркетинг, творчість, здоров'я, бізнес-процеси, соціологія, освіта, політика, технологічний дизайн, управління тощо. Особливе місце гейміфікації посідає в друкованих виданнях.

Використання гейміфікації зумовило появу спеціалізованої літератури та дослідних робіт із теоретичними дослідженнями та практичними прикладами, рекомендаціями щодо застосування гейміфікації в різних галузях з метою підвищення привабливості, привернення уваги читачів, підвищення зацікавленості, формування пізнавальної діяльності тощо.

Однак на сьогодні питання використання гейміфікації у видавничо-поліграфічній галузі загалом і дитячих журналах зокрема як засобу формування пізнавальної діяльності читачів досліджене недостатньо.

Сфера гейміфікації ще зовсім молода, у ній не вистачає структурованих наукових праць, але нині існує вже чимало досліджень і публікацій з окресленої проблематики, серед яких окрему нішу займають праці зарубіжних дослідників: К. Вербаха [11], Г. Зіхерманна [12], К. Каппа [8], А. Кіма [9] та інших – і таких українських, як: К. Бугайчук [1], О. Дядікова [2], О. Салін [4], І. Самойлова [5], О. Ткаченко [6] та ін. Зокрема, під час дослідження гейміфікації Г. Зіхерманн вивчав її як засіб поліпшення мотивації в навчанні школярів; К. Вербах і Д. Хантер розглядали способи впровадження гейміфікації та використання її в маркетингу, інноваціях, мотивації співробітників, поліпшення продукту й у багатьох інших сферах бізнесу; Ю. Хамарі вивчав нові мотиваційні інформаційні системи, до яких зараховує й гейміфікацію та способи використання її в нових медіа (послуги соціальних мереж, потокове відео в Інтернеті), К. Бугайчук, О. Дядікова, О. Салін, І. Самойлова, О. Ткаченко розглядали гейміфікацію як метод підвищення продуктивності в освітній діяльності, тренд у розвитку системи освіти, засіб підвищення мотивації до навчання тощо.

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Метою статті є дослідження гейміфікації в дитячих журналах як засобу стимулювання читачів до отримання навчальної інформації та формування пізнавальної дослідницької діяльності.

У процесі підготовки публікації використано такі теоретичні методи наукового дослідження, як: аналіз для вивчення елементів і типів гейміфікації в дитячих журналах та виявлення того, як ці елементи впливають на пізнавальну діяльність дитини; метод аналогії для проведення порівняння видів гейміфікації та її елементів, які використовують у дитячих журналах, і зіставлення їх щодо доцільності використання ігрових засобів у друкованих виданнях; а також метод дедукції для систематизування та виявлення основних типів гейміфікації в журнальних виданнях. За головний метод дослідження взято комбіновану методику у вигляді синтезу аналітичного та ігрових методів. Така побудова дослідження надає змогу розкрити різновиди, функціональне призначення та поняття «гейміфікація» в дитячих журналах. Аналітичний же метод дозволив глибоко й усебічно вивчити аспекти гейміфікації, проаналізувати її як засіб стимулювання пізнавальної діяльності для читачів дитячих періодичних видань.

## III. Результати

Термін «гейміфікація» виник тільки на початку XXI ст. та набув широкого поширення у другій половині 2010 р., коли в США були проаналізовані результати застосованого різними компаніями нового маркетингового ходу, що поєднує ігрові та соцмедійні технології. Інші поширені варіанти цього поняття – ігрофікація та геймізація. Саме слово «гейміфікація» (англ. gamification) складається з англійського слова game (гра) та закінчення – fication, що додається до форми іменників дії або стану.

На сьогодні ще немає точного визначення терміна «гейміфікація». Можна сказати, що гейміфікація – це застосування підходів, характерних для ігор, в неігровому просторі: освітньому, мережевому, прикладному програмному забезпеченні з метою підвищення ефективності навчання, мотивації учасників освітнього процесу й підвищення їх залучення до пізнавальної діяльності, формування стійкого інтересу до вирішення прикладних завдань.

Дослідники пропонують різні тлумачення поняття «гейміфікація». Зокрема, психолог Г. Зіхерманн, який одним із перших став натхненником ідеї просування ігрових елементів у всі сфери життя й описав використання елементів гри в неігровому середовищі, розуміє гейміфікацію як процес використання ігрового механізму й мислення з метою збільшення аудиторії та подолання проблем. Зокрема, Е. Дж. Кім вважає, що гейміфікація – це впровадження ігрових технологій з метою зробити завдання більш захопливими й цікавими. Водночас С. Детердінг зазначає, що гейміфікація – це вирішення дійсних проблем за допомогою ігрових елементів і технік [7]. А К. Вербах тлумачить гейміфікацію узагальнено – як використання елементів гри та ігрових технологій у неігровому контексті [11, с. 26].

Дослідник К. Капп надає більш широке й точне визначення поняття «гейміфікація»: це реалізація принципів ігрової механіки, естетики й мислення з тим, щоб залучити учнів до активного навчального процесу, підвищити мотивацію та подолати проблеми [8].

Не можемо не погодитись із дослідницею О. Дядіковою, котра стверджує, що гейміфікація – це спосіб впливу на людську поведінку, який базується на використанні ігрових елементів. Перетворюючи досвід за допомогою ігор, він долає соціальні та психологічні обмеження, що уможлиблює вивільнення людського потенціалу [2].

Основним принципом гейміфікації, з програмної точки зору, є забезпечення отримання постійного, зворотного зв'язку від користувача, що забезпечує можливість динамічного коригування його поведінки. На основі цього К. Бугайчук виділяє основні аспекти гейміфікації:

- динаміка – використання сценаріїв, що вимагають уваги користувачів та реакції в реальному часі;
- механіка – використання сценарних елементів, характерних для геймплея, таких, як віртуальні нагороди, статуси, віртуальні товари;
- естетика – створення загального ігрового враження, що сприяє емоційній залученості користувача;
- соціальна взаємодія – широкий спектр технік, що забезпечують взаємодію користувачів, яка характерна для ігор [1].

Поруч із терміном «гейміфікація» найчастіше використовують поняття «ігрофікація», оскільки в основі гейміфікації лежать ігрові елементи. Однак ототожнювати ці поняття не варто. Результатом гейміфікації або игрофікації далеко не завжди є повноцінні ігри, набагато частіше використовують окремі ігрові елементи й техніки. Деякі інструменти можна з гри витягти й застосувати до якоїсь активності, яка сама по собі не є грою. На відміну від ігрових елементів, які повторюються в різних іграх, ігрові техніки можуть бути найрізноманітнішими й обмежуються лише фантазією. Використання цих інструментів у грі й приводить до того, що учасник отримує від неї специфічні враження.

Зазвичай використовують стандартний набір ігрових елементів, який включає: лічильник балів; шкалу прогресу й показник досягнутого рівня; нагороди, різноманітні значки, наліпки та медальки за досягнення; аватарки користувачів; питання й вправи; елементи соціальних мереж – іконки друзів, їх статуси, рівні тощо.

Спираючись на думки вчених, можемо стверджувати, що гейміфікація – це не окремі ігри й навіть не сукупність ігор, а загальна ігрова оболонка для будь-якого цілеспрямованого процесу. Результатом і метою впровадження такої ігрової оболонки в життя є не просто підвищення мотивації або інтересу, а зміна системної поведінки людини, групи людей, якоїсь її частини або суспільства загалом.

За К. Саленом і Г. Зіхерманном, гра – це система, в якій гравці задіяні у вирішенні штучного конфлікту, що визначається правилами та має вираження в кількісному результаті. Від інших ігрових форматів гейміфікація відрізняється тим, що її учасники орієнтовані на мету своєї реальної діяльності, а не на гру як таку. Ігрові елементи інтегрують до реальних ситуацій для мотивації конкретних форм поведінки у заданих умовах [10].

В іграх багато технологій і програмування, свій особливий ігровий дизайн, творчий, спрямований на отримання досвіду/вражень.

Мета гейміфікації – не створення гри заради гри, а досягнення будь-яких цілей, безпосередньо з грою не пов'язаних: отримання нових знань і навичок, спрощення та залучення до виконання рутинних справ тощо.

Гейміфікація у видавничій справі взагалі поки не сформулювала правила та моделі використання технік у цій галузі. Тому постає питання, чи можна вважати використання у видавничій продукції будь-яких елементів, які нагадують ігрові, гейміфікацією.

Гейміфікація в навчально-розважальній літературі для дітей дозволяє розвивати наочно-образне мислення та привертає увагу до навчання, залишаючи місце для творчості, активності, самопізнання та самовираження. За допомогою такого засобу між учнем та навчанням формується позитивний клімат, а інтерес до нових знань збільшується, тим самим підвищується цікавість учня до певних предметів, а подолання тих чи тих бар'єрів на шляху до пізнання формує в учнях впевненість у своїх силах [3].

Для аналізу засобів гейміфікації (ігрових завдань, ребусів, кросвордів та лабіринтів тощо) ми дослідили їх використання в дитячих журналах «Джміль», «Пізнайко» та «Професор Крейд» за 2019 р.

Журнал «Джміль» легко навчає, розвиває та виховує дошкільнят і школярів. На його шпальтах автори активно використовують елементи гейміфікації. Наприклад, у першому номері за рік редколегія звертає увагу, що у виданнях буде подана колекція наліпок для таємної кімнати, яку необхідно зібрати упродовж року – по одній наліпці кожного місяця. У журналі намальований затишний будинок, у якому 10 кімнат для захопливих ігор, досліджень і творчості. Щомісяця автори журналу обіцяють розкривати секрет однієї з них – даруватимуть велику наліпку-кімнату, яку можна наклеїти на одне з віконечок, та цікаву історію зі словами-картинками. Такий елемент гейміфікації можемо порівняти з проходженням рівня комп'ютерної гри, де перед гравцем відкриваються нові двері. У такий засіб автори та редактори зацікавлюють читача купувати журнал

щомісяця, а, отже, і читати його. Мотивуючи дітей, автори ненав'язливо залучають їх до нових знань, адже, окрім наліпок, кожен раз читач отримує нову, цікаву, пізнавальну історію.

Читачам також пропонують цікаві завдання-ребуси, які мають на меті привернути увагу, зацікавити дитину, з одного боку, а з другого – розширюють її словниковий запас, світосприйняття тощо. У завданні потрібно переставити букви у словах, щоб отримати правильну назву зимового місяця.

В іншому завданні дітям запропоновано підібрати наліпку до кожної намальованої в журналі сніжинки та приклеїти її на потрібне місце. Це розвиває логіку, моторику та зацікавлює дитину.

Наступний випуск журналу «Джміль» присвячений темі театру. Автори запрошують читачів на виставу лялькового театру, проводять екскурсію за його лаштунки та знайомлять із театральними художниками. Дітям пропонується прослухати кваперету та казку «Попелюшка». Автори детально розповідають, як знайти місця в глядацькій залі, проводять майстер-клас зі створення домашнього кінотеатру, пропонують переглянути скульптури танцівниць, а також розкривають таємниці акторської майстерності. Для розвитку пізнавальної діяльності читачів автор пропонує їм дізнатись, як зі звичайної картонної коробки змайструвати справжнісінький кінотеатр. Такий елемент гейміфікації інтригує читача, збагачує його уяву та залучає до прикладного мистецтва.

У журналі натрапляємо на гейміфікацію, яка спонукає читачів до руху. На сторінках видання зображені скульптури – робота румунського скульптора Деметра Чипаруса. Читачам запропоновано відповісти на низку запитань щодо них, а також трохи зіграти й прийняти позу кожної скульптури, уявляючи та висловлюючи свої почуття.

Цікавий приклад ігрофікації «Упізнай емоцію» пропонують автори до уваги читачів: на сторінці поряд з назвою кожної емоції розташовані порожні кола для наліпок. Біля кожної назви емоції потрібно наклеїти наліпку з відповідним виразом обличчя. Діти можуть написати на дошці чи на великому аркуші назви різних почуттів та емоцій. Потім хтось один має показувати їх на вибір, а інші відгадують. Таке незвичне подвійне завдання-гра спонукає дитину до логічних роздумів, а також забезпечує рухливість, тобто фізичну активність дитини під час пізнавальної діяльності.

У виданні за допомогою ігрових елементів дітей вчать складати сімейний бюджет, пояснюючи цей термін, його складники, а також навчають, як передбачити витрати й прибутки. У журналі є наліпки для спроби складання власного бюджету.

Іншим прикладом використання гейміфікації у виданні є мастер-клас з малювання: читачам сформульоване завдання намалювати картину за мотивами зображення Єлизавети Миронової «Засвіт встали козаченьки» й описаний поетапний процес роботи.

Автори журналу також розповідають дітям, як потрібно розв'язувати конфлікти, що це таке. Тут представлені тести з варіантами відповідей, як саме вчинити в тій чи тій ситуації.

Ігрові елементи автори журналу використали також у дитячій казці «У хлівці»: пропущені в тексті слова можна замінити наліпками, приклеївши їх на потрібне місце. Діти не просто читають цікаву історію, а й активно діють: вставляють відповідні слова на місця пропусків, добирають синоніми, шукають і підставляють різні варіанти слів – заміників зображень. Так діти навчаються не лише читати, а опрацьовувати текст – відштовхнувшись від змісту, іти далі, уточнювати та розширювати його, розмірковувати, самостійно досліджувати проблему, ставити запитання й знаходити відповіді.

Пізнавальною функцією наділена гра з інформацією про дерева і квіти, їхні назви. До уваги дітей автори пропонують завдання – вписати в назви дерев та квітів пропущені букви. Також читачам потрібно відповісти на запитання: «Коли розквітають дерева?», «Які з них можна побачити завітчаними одночасно, а які ні?», «Які дерева в усій красі ви вже бачили?», «Де саме?», «Чи щороку сади розквітають в один і той самий час?», «Які рослини, що ростуть біля дому, розквітають навесні?». Читачам також пропонують намалювати свій диво-сад та запросити друзів на прогулянку.

У виданні ми зустрічаємо такі гейміфікативні прийоми, як кросворд, пісню з нотами та зображенням тварин, завдання щодо формування бюджету тощо. До кожного із цих ігрових елементів подано наліпки, які потрібно розмістити за призначенням.

Ще один захопливий приклад гейміфікації автори журналу пропонують дітям. Виконуючи завдання «У гаражі» за допомогою наліпок, вони мають «написати» розповідь про те, що відбувається в гаражі, і за це отримують велику наліпку з колекційного будиночка.

У журналі для дітей «Професор Крейд» дизайнери використовують різні способи представлення гейміфікації. Зокрема, на сторінці одного номера автори зобразили багато ілюстрацій різних предметів і тварин. Від кожного предмета йде контурна стрічка зі стрілочкою на одному з кінців. У цю стрічку автори пропонують вписати назви предметів і тварин та відтворити справжню весняну пригоду з подіями. Така вправа розвиває мислення та уяву дитини, сприяє зацікавленню до навчання. Навчальним і пізнавальним елементами у цьому завданні є те, що усі предмети й тварини потрібно вписувати англійською мовою. Список назв таких предметів запропоновано на сторінці.

Дещо складнішим є завдання розгадування кросвордів англійською мовою. Так само, як і на попередній сторінці, список англійських слів з їхнім перекладом запропоновано в лівій частині сторінки.

Захопливим у журналі зображений лабіринт з безліччю шляхів: обравши неправильний, – читач натрапить на різні бактерії, а при правильному виборі шляху – досягне головної мети гри – знайде краплі для носа.

Поруч із цим завданням – квест. Потрібно скласти надані кубики в правильній послідовності, щоб отримати фразу. Її потрібно записувати в порожні клітинки.

На сторінках журналу через гру «Школа спецагентів з безпеки» представлена тема безпеки життєдіяльності. Автори знайомлять читача із заходами безпеки на дорозі, особливостями світла від фар, а також предметами, які добре видно в п'їтмі. Такі предмети автори пропонують читачам відзначити «пташкою» на малюнках. Засвоївши правила безпеки на дорозі, читачі можуть пройти тест «Обережний спецагент» і взяти участь у конкурсі. Завдання конкурсу полягає в тому, що його учасникам потрібно вирізати зі сторінок журналу талони і надіслати до редакції. Читачі, які пройдуть усі рівні і, відповідно, виграють, отримують посвідчення спецагента з безпеки.

На наступній сторінці – «Майстерня Крейда». У ній читачам запропоновано створити власну ракету за допомогою моркви та підручних засобів. На основі цього створено конкурс на найкращу фотокартку ракети, яку необхідно надіслати до редакції. Найкращі фото обіцяють опублікувати в журналі.

На сторінках дитячого науково-розважального журналу «Пізнайко» читачам із перших сторінок пропонують розшифрувати таємне послання.

Квест використаний і на наступній сторінці, де читачів занурюють у світ потаємного та допомагають відчувати себе справжніми детективами. Учасникам пропонують провести маленьке розслідування у вигляді квесту. Гравці отримують завдання, за виконання яких мають змогу накопичувати бали.

Також автори пропонують своїм читачам розгадати кілька цікавих кросвордів, присвячених зимовій тематиці. Дітям потрібно відгадати назви зимових місяців, певних речей, призначених для холодної пори року та ін.

Січневий випуск журналу «Пізнайко» присвячений темі динозаврів. Цікавою є гра в додатку до сторінок журналу під назвою «Хижак проти трав'їдних». У ній треба проходити рівні. Винагородою за успішне проходження гри, як це властиво гейміфікації, є плакат «Динозаврський край».

У номері також можна пройти лабіринт, який складається з довгих ший різних драконів.

До уваги читачів автори підготували кросворди та загадки. Зокрема, у журналі діти знайдуть об'ємний 3-d малюнок із зображенням дракона з відкритою пащею. Поряд із ним розташовані малюнки із загадками. Також у цьому номері журналу наведено багато цікавих фактів про драконів і динозаврів, а наприкінці номера автори пропонують закріпити знання, відповівши на кілька запитань.

Березневий номер журналу присвячено темі весни. З перших сторінок автори знайомлять читачів із бактеріями та їх назвами, пропонуючи після ознайомлення вставити необхідні пропущені букви до слів з ілюстраціями бактерій.

Для читачів на сторінках журналу запропоновано квест з природознавчої тематики, за проходження якого можна отримати не лише задоволення, а й певну кількість балів з розшифруванням результатів.

На сторінках цього журналу, на відміну від попередніх двох, окрім ігор, пазлів, квестів, загадок, кросвордів, ребусів, є ще й розмальовки. Також тут багато головоломок.

У літньому номері журналу автори розмістили цікавий та яскравий кросворд з кількома вже заповненими літерами. Так автори підкріплюють мотивацію дитини до заповнення «лише» того, що залишилося. На цій самій сторінці є лабіринт – ниточки в руках маленьких принцес, які необхідно розплутати, знайшовши, куди веде нитка кожної принцеси.

На сторінці видання є завдання для читачів знайти на двох майже однакових картинках відмінності. Такі завдання розвивають логіку та спостережливість дитини.

Як і в попередніх журналах, автори проводять серед читачів конкурс на кращу історію «Святова фантазія». Читач має в листі до редакції розповісти свою незвичайно цікаву історію. Переможці конкурсу отримують подарунки.

До навчальної й пізнавальної діяльності автори залучають читачів у наступному номері журналу: дітям запропоновано знайти на малюнку циркової арени дійових осіб вистави зі списку. Наприклад, знайти трьох клоунів, двох слонів тощо.

В іншому номері журналу серед читачів проводиться конкурс на створення своєї власної історії про комаху-супергероя. Переможці конкурсу отримують подарунки на вибір: бей Блейд для хлопчиків та лялька Барбі для дівчаток.

#### **IV. Висновки**

Здійснивши аналіз дитячих навчально-пізнавальних журналів «Джміль», «Професор Крейд» і «Пізнайко», можемо стверджувати, що в них активно використовують різні види гейміфікації для формування пізнавальної діяльності дитини. Головними засобами гейміфікації в дитячих виданнях є такі елементи гри, як: ребуси, кросворди, наліпки, квести, головоломки, конкурси, лібринти тощо. Багато ігрових елементів спрямовано на навчальну діяльність дітей. Мотивом для неї є система заохочень, здебільшого накопичування балів. Редактори журналів пропонують

читачам цікаві квести та ребуси, за виконання яких їм належить винагорода. Було виявлено, що найбільшу кількість таких елементів застосовують автори журналу «Пізнайко». Тут подано найширший спектр гейміфікативних засобів.

Отже, у проаналізованих журналах гейміфікація сприяє формуванню в дітей пізнавальних навичок і мотивує дізнаватися щось нове. Адже граючись та змагаючись із друзями, дитина починає цікавитися інформацією, намагається якомога більше читати та пізнавати світ. Саме за допомогою цікавих завдань автори видань мотивують читачів до сприйняття нової інформації, а відтак – до читання дитячої літератури. Однак ігрові елементи на сторінках журналів, як і сама гейміфікація, не можуть бути альтернативою для традиційного викладу інформації, а лише допоміжним елементом, який потрібно використовувати в обмеженій кількості, аби не перетворити потрібний процес формування пізнавальної діяльності на процес гри. Тому питання використання гейміфікації в дитячій періодиці на сьогодні ще не досліджене з достатньою повнотою й потребує свого подальшого аналізу.

#### Список використаної літератури

1. Бугайчук К. Л. Гейміфікація у навчанні: сутність, переваги, недоліки. URL: [http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1319/Гейміфікація\\_Бугайчук\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1319/Гейміфікація_Бугайчук_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 26.09.2019).
2. Дядікова О. Гра як інструмент: що таке гейміфікація? 2018. URL: <https://mistosite.org.ua/ru/articles/hra-ia-k-instrument-shcho-takeheimifikatsiia> (дата звернення: 22.09.2019).
3. Евплова Е. В. Геймификация как средство повышения мотивации к обучению. Москва, 2013. URL: <http://evplova.ru/nauchnye-i-metodicheskie-stati/53-gejmifi> (дата обращения: 26.09.2019).
4. Салин А. Геймификация: как это работает? URL: <http://thezis.ru/geymifikatsiya-kak-eto-rabotaet.html> (дата обращения: 23.09.2019).
5. Самойлова І. Гейміфікація – один з трендів сучасної освіти: презентація: матеріали семінару для вчителів географії. In: *SlideShares*. 14 жовтня 2015. URL: <https://www.slideshare.net/samoyira/ss-53922372> (дата звернення: 27.09.2019).
6. Ткаченко О. Гейміфікація освіти: формальний і неформальний простір. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2015. Вип. 11. С. 303–309.
7. Deterding S., Dixon D., Khaled R., Nacke L. From game design elements to gamefulness: defining gamification. In *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*. 28–30 September 2011: Digest of articles. Tampere, Finland, 2011. P. 9–15.
8. Kapp K. M. The gamification of learning and instruction: game-based methods and strategies for training and education. *John Wiley & Sons*. 2012. 336 p.
9. Kim A. J. Community building on the web: Secret strategies for successful online communities. Addison-Wesley. Longman Publishing Co., 2000. 380 p.
10. Salen K. Rules of Play: Game Design Fundamentals. Cambridge: MIT Press. 688 p.
11. Werbach K. The Gamification Toolkit: Dynamics, Mechanics, and Components for the Win. PA.: Wharton Digital Press, 2015. 78 p.
12. Zichermann G. From game design elements to gamefulness: defining «gamification». *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments*. 28–30 September. 2011: Digest of articles. Tampere. Finland, 2011. P. 9–15.

#### References

1. Buhaychuk, K. L. Heimifikatsiia u navchanni: sutnist, perevahy, nedoliky [Gamification in training: nature, advantages, disadvantages]. Retrieved from [http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1319/Gamification\\_Bugaychuk\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.univd.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1319/Gamification_Bugaychuk_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y) [in Ukrainian].
2. Diadikova, O. (2018). Hra yak instrument: shcho take heimifikatsiia? [Playing as a tool: what is gamification?]. Retrieved from <https://mistosite.org.ua/articles/hra-ia-k-instrument-shcho-takeheimifikatsiia> [in Ukrainian].
3. Evplova, E. V. (2013). Gejmifikacija kak sredstvo povyshenija motivacii k obucheniju [Gamification as a means of increasing motivation to learn]. Moscow. Retrieved from <http://evplova.ru/nauchnye-i-metodicheskie-stati/53-gejmifi> [in Russian].
4. Salin, A. Gejmifikacija: kak jeto rabotaet? [Gamification: How Does It Work?]. Retrieved from <http://thezis.ru/geymifikatsiya-kak-eto-rabotaet.html> [in Russian].
5. Samoilova, I. (2015, October 14). Heimifikatsiia – ody z trendiv suchasnoi osvity: prezentatsiia: materialy seminaru dlia vchyteliv heohrafii [Gamification – one of the trends of modern education: presentation: seminar materials for geography teachers]. In: *SlideShares*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/samoyira/ss-53922372> [in Ukrainian].
6. Tkachenko, O. (2015). Heimifikatsiia osvity: formalnyi i neformalnyi prostir [Gamification of education: formal and informal space]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 11, 303–309 [in Ukrainian].

7. Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining gamification. In Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments (p. 9–15) [in English].
8. Kapp, K. M. (2012). The gamification of learning and instruction: game-based methods and strategies for training and education. John Wiley & Sons [in English].
9. Kim, A. J. (2000). Community building on the web: Secret strategies for successful online communities. Addison-Wesley. Longman Publishing Co [in English].
10. Salen, K. Rules of Play: Game Design Fundamentals. Cambridge: MIT Press [in English].
11. Werbach, K. (2015). The Gamification Toolkit: Dynamics, Mechanics, and Components for the Win. PA.: Wharton Digital Press [in English].
12. Zichermann, G. (2011). From game design elements to gamefulness: defining «gamification». Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments (p. 9–15) [in English].

Стаття надійшла до редакції 15.01.2020.

Received 15.01.2020.

---

### **Mykytiv G. Formation of Readers' Cognitive Activity by Means of Gamification in Children Magazines**

*There are summarized the scientific approaches to an interpretation of the definitions «gamification» and «playfication»; the lack of researches in modern theoretical discourse is emphasized; set of views on notions formulation is outlined; domestic and foreign scientific experience in the analyzed problem is studied in the article. On the basis of theoretical analysis, the differences between the concepts have been established, in particular, that gamification aims at serious and explicit goals, as opposed to playfication which may not have them and may not follow strict rules. The author also argues that the main difference between these concepts is that gamification has a stable feedback, unlike the playfication does not provide it. It is noticed that gamification in the general sense is the use of game practices and mechanisms in a non-game context in order to engage final users in solving the problem. At the same time, the game is a process detached from the current human activity, that has its own rules and a playing field beyond which it does not exist, but can certainly simulate these actions. The game is ultimate in its form, as it has a specific beginning and end, along with time limit. It does not involve solving certain tasks during the gameplay. While gamification uses only game elements and mechanics to introduce them into the ongoing process of human activity.*

*The author concludes that the formation of readers' cognitive activity of children magazines by means of gamification is effective today because it creates a sense of competition that enhances children's interest in reading magazines, and generally in the literature. Readers have a sense of excitement, and a curiosity for knowledge awakens. The gained results from the right answers give the children a sense of satisfaction, allow the game participants to raise their status and get some incentive to show persistence and creativity, and the competitive spirit gives its positive results. It is argued that game elements, like gamification itself, cannot be an alternative to the traditional presentation of information, but only an auxiliary element that must be used in limited quantity not to turn the desired process of cognitive activity into a game process.*

**Key words:** gamification, playfication, game, game elements, cognitive activity, magazine, issue.