

Всеукраїнський конкурс наукових робіт зі спеціальності
«Професійна освіта»

КОНКУРСНА НАУКОВО-ДОСЛІДНА РОБОТА СТУДЕНТА
на тему **«РОЛЬ ГЕЙМІФІКАЦІЇ У ВИКЛАДАННІ ДИСЦИПЛІН В
СФЕРІ ДИЗАЙНУ»**

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ В ОСВІТІ	5
1.1. Поняття та сутність гейміфікації	5
1.2. Використання гейміфікації в освіті	7
Висновок до першого розділу	10
РОЗДІЛ 2. ГЕЙМІФІКАЦІЯ У ВИКЛАДАННІ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ДИСЦИПЛІН	11
2.1. Специфіка дизайнерських дисциплін	11
2.1.1. Особливості дизайнерських дисциплін	11
2.1.2. Проблеми традиційного викладання дизайнерських дисциплін	12
2.1.3. Роль гейміфікації у вирішенні проблем навчання дизайнерів	12
2.2. Методи гейміфікації у навчанні дизайнерів	14
2.3. Зарубіжний та вітчизняний досвід гейміфікації у дизайнерській освіті	18
Висновок до другого розділу	21
РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГЕЙМІФІКАЦІЇ У ВИКЛАДАННІ ДИЗАЙНУ	22
3.1. Методологія дослідження	22
3.2. Аналіз результатів	23
3.3. Рекомендації впровадження гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін	26
Висновки до третього розділу	27
ВИСНОВКИ (загальні)	29
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	31
ДОДАТКИ	35

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасний освітній процес зазнає значних трансформацій під впливом цифрових технологій та змін у підходах до навчання. Одним із інноваційних методів, що сприяють підвищенню мотивації здобувачів та ефективності навчання, є гейміфікація – використання ігрових механік у неігровому контексті. Гейміфіковане навчання особливо актуальне для творчих дисциплін, зокрема у сфері дизайну, де важливу роль відіграють експеримент, інтерактивність та залученість здобувачів в освітній процес. Традиційні методи викладання дизайнерських дисциплін не завжди відповідають потребам сучасних здобувачів, які звикли до динамічного та інтерактивного середовища. Використання гейміфікації може допомогти подолати проблеми пасивного засвоєння матеріалу, недостатньої практичної взаємодії та низької мотивації здобувачів. Саме тому дослідження впливу гейміфікації на навчання дизайнерів є актуальним і перспективним напрямом в освітній сфері.

Отже, дослідження на тему *«Роль гейміфікації у викладанні дисциплін в сфері дизайну»* спрямоване на виявлення ефективності та потенціалу гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін, що може сприяти розробці інноваційних підходів у сфері освіти.

Метою наукової роботи є дослідження ролі гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін та визначення її ефективності у освітньому процесі.

Для досягнення цієї мети поставлено такі **завдання**:

- проаналізувати сутність та основні механіки гейміфікації;
- розглянути досвід використання ігрових технологій у традиційній та онлайн-освіті;
- дослідити специфіку дизайнерських дисциплін та їх потребу в інтерактивних методах навчання;
- проаналізувати методи гейміфікації, що застосовуються у викладанні дизайну;

- провести дослідження ефективності гейміфікації та запропонувати рекомендації щодо її впровадження.

Об'єктом дослідження є процес викладання дизайнерських дисциплін у закладах освіти.

Предметом дослідження є використання гейміфікації як інструменту підвищення ефективності навчання майбутніх дизайнерів.

У роботі застосовуються такі **методи дослідження**: аналіз літератури та наукових джерел з теми гейміфікації та викладання дизайну; опитування здобувачів і викладачів щодо їхнього досвіду застосування гейміфікованих методик; експериментальне впровадження гейміфікації у освітній процес та оцінка його впливу на успішність здобувачів; порівняльний аналіз результатів традиційного та гейміфікованого навчання.

База дослідження. Дослідження проводилося на базі Державного професійно-технічного навчального закладу «Одеський професійний ліцей технологій та дизайну».

Наукова новизна дослідження включає у себе: комплексний аналіз гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін, що включає теоретичне обґрунтування, емпіричні дослідження та практичні рекомендації; експериментальне дослідження впливу гейміфікації на академічну успішність здобувачів дизайнерських спеціальностей, що дозволило оцінити ефективність різних методів гейміфікації; розробка методичних рекомендацій для викладачів щодо впровадження гейміфікаційних механік у освітній процес; порівняння зарубіжного та вітчизняного досвіду, що дало можливість визначити перспективні напрями розвитку гейміфікації в українській освіті.

Структура наукової роботи складається зі вступу, основної частини, висновків, списку використаних джерел та додатків. Основний текст складає 28 сторінки з 38. В роботі використано 41 джерело наукової літератури та включено 6 таблиць.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ГЕЙМІФІКАЦІЇ В ОСВІТІ

1.1. Поняття та сутність гейміфікації

Гейміфікація (від англ. «gamification») – це процес застосування ігрових механік, елементів та принципів у неігровому контексті, зокрема в освіті, маркетингу, бізнесі та інших сферах діяльності. Основна мета гейміфікації – підвищити мотивацію, залученість і ефективність виконання завдань за рахунок створення відчуття гри [16, с.9].

У науковій та освітній сфері гейміфікація визначається як інтеграція ігрових елементів у освітній процес з метою підвищення залученості здобувачів, розвитку їх творчих і когнітивних навичок. Вона базується на використанні ігрових стратегій, таких як система нагород, рівнів, змагань і викликів, які сприяють активному навчанню [13].

Різні дослідники надають власні трактування гейміфікації. Наприклад, Ю. Хейзінга (Johan Huizinga) у своїй праці «Homo Ludens» описував гру як ключовий елемент культури, що є природним механізмом навчання і соціалізації [6, 36]. К. Вербах (Kevin Werbach) і Д. Гантер (Dan Hunter) визначають гейміфікацію як «застосування ігрових технологій та дизайну ігор у контекстах, які не є іграми» [4].

Залежно від сфери застосування розрізняють кілька типів гейміфікації:

1. Освітня гейміфікація – використання ігрових елементів у освітньому процесі.
2. Гейміфікація у бізнесі – підвищення продуктивності праці через гейміфіковані завдання [35].
3. Маркетингова гейміфікація – залучення клієнтів через ігрові механіки [31].
4. Соціальна гейміфікація – використання ігрових елементів у суспільній діяльності.

Гейміфікація базується на використанні певних механік, які формують мотивацію та зацікавленість. До основних механік належать: бали та рейтинги – користувачі отримують бали за виконання завдань, що мотивує їх до подальших дій [37]; рівні та прогрес – система рівнів дозволяє стежити за своїм розвитком та досягненнями; бейджі (значки, нагороди) – символічні відзнаки, які підтверджують досягнення; таблиці лідерів – рейтингові системи, що створюють дух суперництва; виклики та місії – завдання, які потрібно виконати для досягнення цілі; елементи випадковості – можливість отримати випадкову нагороду або бонус за досягнення; розповідь (сюжет, сценарій) – додавання історії до освітнього процесу для кращого залучення [2, 38]. Кожен із цих механізмів спрямований на створення мотивації, залученості та відчуття прогресу.

Гейміфікація ґрунтується на психологічних принципах, що визначають поведінку людини. Однією з ключових теорій є теорія самодетермінації (Self-Determination Theory, SDT) Раяна і Десі, яка пояснює внутрішню мотивацію через три базові потреби: 1. Автономія – бажання контролювати процес навчання. 2. Компетентність – прагнення досягати результатів і покращувати навички. 3. Соціальна взаємодія – необхідність у взаємодії з іншими учасниками [22].

Гейміфіковане навчання також базується на теорії Ф. Герцберга про «мотивацію та гігієну», де ключовими факторами є визнання, розвиток та досягнення. Ігрові елементи впливають на: мотивацію – за допомогою винагороди, змагання та досягнень; когнітивне сприйняття – активізацію пам'яті, концентрації та творчості; емоційний стан – підвищення задоволеності від процесу навчання [7].

В освітньому процесі гейміфікація може бути використана на різних рівнях, від початкової школи до вищої освіти. Основні способи її впровадження: ігрові симуляції – моделювання ситуацій, що вимагають прийняття рішень; мобільні додатки та онлайн-платформи – інтерактивні

навчальні середовища (Duolingo, Kahoot, Coursera); гейміфіковані проекти – використання ігрових механік у виконанні навчальних завдань [24].

У викладанні дизайнерських дисциплін гейміфікація є особливо ефективною, оскільки сприяє розвитку креативного мислення, візуального сприйняття та технічних навичок. Приклади використання гейміфікації: системи квестів – здобувачі отримують завдання в ігровій формі, наприклад, «Створіть логотип для вигаданої компанії»; цифрові платформи – використання Behance або Dribbble для змагального навчання; віртуальна та доповнена реальність – навчання через VR-технології, що дозволяють створювати 3D-моделі в реальному часі [10, 33].

Тобто виходячи з всього вище зазначеного зробимо висновок, що «Гейміфікація» є потужним інструментом для підвищення мотивації та ефективності навчання. Вона сприяє кращому засвоєнню матеріалу, підвищенню залученості здобувачів і розвитку креативного мислення. У викладанні дизайнерських дисциплін гейміфікація відкриває нові можливості для навчання через інтерактивні платформи, ігрові механіки та цифрові технології.

1.2. Використання гейміфікації в освіті

Перш за все розкриємо сутність та значення гейміфікації в освітньому процесі.

Гейміфікація в освіті – це процес інтеграції ігрових механік у освітній процес з метою підвищення мотивації, залученості та ефективності навчання [33]. Вона допомагає зробити навчання більш цікавим та інтерактивним, що особливо важливо для сучасного покоління здобувачів, які зростають в цифрову епоху [32, 41].

Застосування гейміфікації дозволяє вирішити низку проблем у навчанні, зокрема: зниження мотивації здобувачів – багато учнів втрачають інтерес до навчання через одноманітність методів викладання; пасивність у

освітньому процесі – традиційні лекції та завдання часто не заохочують активне навчання; низька взаємодія між здобувачами – ігрові механіки можуть сприяти колаборативному навчанню [13].

Гейміфікація допомагає змінити підхід до навчання, роблячи його не тільки інформативним, але й захопливим.

Гейміфікація освітнього процесу має багато переваг, серед яких:

1. Підвищення мотивації: завдяки нагородам, рівням і змагальним елементам здобувачи більш охоче виконують завдання; відчуття досягнення сприяє формуванню позитивного ставлення до навчання [20].

2. Активне залучення: ігрові елементи роблять освітній процес динамічнішим, що зменшує пасивність здобувачів; використання інтерактивних платформ стимулює активну участь у навчанні [34, 39].

3. Покращення засвоєння матеріалу: дослідження показують, що люди краще запам'ятовують інформацію в процесі гри; практичне застосування знань через гейміфіковані завдання сприяє кращому розумінню матеріалу [5].

4. Розвиток критичного мислення: сценарії навчальних ігор часто включають вирішення проблемних ситуацій; гейміфікація стимулює аналітичне мислення та навички прийняття рішень.

5. Соціалізація та командна робота: багато гейміфікованих підходів передбачають групову взаємодію; спільні завдання та змагання допомагають здобувачам навчитися працювати в команді.

6. Гнучкість освітнього процесу: гейміфікація дозволяє адаптувати навчальні завдання під рівень знань здобувачів; використання цифрових платформ дозволяє навчатися в будь-якому місці та в будь-який час [29].

Гейміфікація може бути впроваджена як у традиційному навчанні, так і в дистанційному навчанні [40].

У традиційних класах гейміфікація може застосовуватися через: ігрові методи викладання – проведення занять у форматі квестів або рольових ігор; нагороди та рівні – здобувачи отримують бали за активність і проходження

модулів; система прогресу – освітній матеріал розподіляється на рівні, що дозволяє здобувачам поступово розвивати свої навички [40].

З розвитком дистанційного навчання гейміфікація стала ще актуальнішою. Використовуються такі інструменти: цифрові платформи – Coursera, Udey, Duolingo, де навчання організоване через систему досягнень; віртуальні середовища – використання віртуальної реальності для навчання; інтерактивні тести та вікторини – Kahoot, Quizizz, які дозволяють оцінювати знання в ігровій формі [10].

Застосування гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплінах дозволяє: створювати інтерактивні проєкти – здобувачі працюють над дизайном у форматі змагання; використовувати симуляції реального світу – наприклад, створення віртуальних магазинів моди; застосовувати AR/VR технології – навчання через доповнену реальність.

Гейміфіковані завдання для дизайнерів можуть включати: квести – наприклад, розробка логотипу за певними обмеженнями; змагання – конкурси на кращий дизайн серед здобувачів; сценарії навчальних ігор – наприклад, здобувач виступає у ролі дизайнера модного бренду [41].

Попри численні переваги, впровадження гейміфікації має й певні труднощі: 1. Високі вимоги до розробки контенту: гейміфіковані курси потребують значних зусиль для створення; викладачі повинні вміти працювати з цифровими інструментами; 2. Ризик надмірної ігрової складової: надмірна гейміфікація може відволікати від основного освітнього процесу; баланс між грою та навчанням є важливим; 3. Індивідуальні відмінності здобувачів: не всі здобувачи однаково позитивно реагують на ігрові механіки; деякі можуть віддавати перевагу традиційним методам навчання; 4. Технічні обмеження: не всі заклади освіти мають достатню технологічну базу; доступ до інтернету та пристроїв може бути проблемою для деяких здобувачів. Отже гейміфікація є потужним інструментом для покращення освітнього процесу. Вона допомагає підвищити мотивацію, активну залученість здобувачів і покращити засвоєння матеріалу.

У сфері дизайнерської освіти гейміфікація відкриває нові можливості для інтерактивного навчання, розвитку креативності та практичного застосування навичок. Попри певні виклики, її впровадження є перспективним напрямом розвитку освіти, особливо в умовах цифрової трансформації освітнього процесу.

Висновок до першого розділу

У першому розділі дослідження було узагальнено теоретичні засади гейміфікації в освіті, зокрема її сутність, механіки, психологічні основи та сфери застосування. Аналіз літератури підтвердив, що гейміфікація є дієвим засобом підвищення мотивації й залученості здобувачів освіти через інтеграцію ігрових елементів у навчальний процес. Вона базується на використанні балів, рівнів, нагород, викликів, сюжетів і елементів випадковості, що сприяє активному навчанню.

Розглянуто ключові психологічні теорії, зокрема теорію самодетермінації, яка пояснює ефективність гейміфікації через задоволення потреб в автономії, компетентності та соціальній взаємодії. Зазначено позитивний вплив гейміфікації на мотивацію, емоційний стан та когнітивне сприйняття здобувачів.

Проаналізовано застосування гейміфікації як у традиційному, так і в онлайн-навчанні, з прикладами використання сучасних цифрових платформ. Особливу увагу приділено дизайнерській освіті, де гейміфікація сприяє розвитку креативності та практичних навичок за допомогою ігрових проєктів, AR/VR-технологій та змагальних середовищ.

Попри наявні виклики, пов'язані з ресурсозатратністю та технічними обмеженнями, перспективи гейміфікації в освітньому середовищі залишаються позитивними. Її впровадження відкриває нові можливості для інтерактивного та творчого навчання, особливо в умовах цифрової трансформації освіти.

РОЗДІЛ 2

ГЕЙМІФІКАЦІЯ У ВИКЛАДАННІ ДИЗАЙНЕРСЬКИХ ДИСЦИПЛІН

2.1. Специфіка дизайнерських дисциплін

Дизайн є міждисциплінарною галуззю, що поєднує творчість, технічні вміння, аналітичне мислення та візуальну комунікацію. Ефективне навчання майбутніх дизайнерів потребує поєднання теоретичних знань із практичними навичками, що передбачає використання активних і інтерактивних методів. Гейміфікація у цьому контексті виступає потужним інструментом, який робить навчання більш динамічним та захопливим, сприяючи мотивації здобувачів до творчого самовираження та практичного застосування знань [11, 15, 21].

2.1.1. Особливості дизайнерських дисциплін. Дизайнерські дисципліни охоплюють широкий спектр напрямків, таких як графічний дизайн, дизайн одягу, веб-дизайн, інтер'єрний дизайн, промисловий дизайн тощо. Незалежно від напрямку, навчання дизайнерів має спільні риси: креативність та інноваційність: навчання дизайну передбачає розвиток нестандартного мислення та творчого підходу; здобувачі повинні вміти генерувати унікальні ідеї та знаходити нестандартні рішення; візуальна грамотність: майбутні дизайнери повинні розуміти основи композиції, колористики, типографіки та інших візуальних аспектів; вміння працювати з формами, простором та кольорами є основним інструментом дизайнера; технологічна складова: сучасний дизайн неможливий без володіння цифровими інструментами, такими як Adobe Photoshop, Illustrator, Figma, 3D Max, CLO 3D тощо; використання програмного забезпечення є необхідною навичкою в дизайні [1, 26]; практична орієнтованість: навчання повинно бути спрямоване на реальні проєкти, портфоліо та роботу з клієнтами; проєктний

підхід відіграє ключову роль у дизайнерських дисциплінах; Колаборативна робота: дизайнери часто працюють у командах, що вимагає навичок комунікації та співпраці; проєктна діяльність передбачає взаємодію з клієнтами, маркетологами, програмістами тощо [8]; гнучкість та адаптивність: дизайн – це сфера, яка швидко змінюється, тому важливо вміти пристосовуватися до нових тенденцій і технологій; здобувачі повинні навчитися працювати в умовах швидких змін і бути відкритими до нового [26].

2.1.2. Проблеми традиційного викладання дизайнерських дисциплін. Традиційні методи навчання часто не відповідають динаміці та вимогам сучасного дизайну. Основні проблеми:

1. Пасивне сприйняття інформації: лекційний формат без інтерактивних елементів не сприяє активному навчанню; недостатня залученість здобувачів у освітній процес [1].

2. Мала кількість практики: надлишок теоретичних занять без достатньої кількості практичних завдань знижує ефективність навчання; недостатня взаємодія з реальними проєктами та клієнтами [8].

3. Відсутність ігрових та мотиваційних механік: одноманітність завдань може знижувати інтерес здобувачів до дисципліни; недостатня конкуренція та відсутність зовнішніх стимулів до навчання [23].

4. Труднощі у впровадженні цифрових технологій: деякі заклади освіти не мають доступу до сучасного програмного забезпечення та обладнання; викладачі можуть не володіти новітніми цифровими інструментами [26].

2.1.3. Роль гейміфікації у вирішенні проблем навчання дизайнерів. Гейміфікація є дієвим інструментом для підвищення ефективності навчання дизайнерських дисциплін, оскільки дозволяє вирішувати низку актуальних освітніх завдань. Вона сприяє зростанню мотивації та залученості здобувачів

через використання рейтингів, нагород, рівнів і досягнень, забезпечуючи відчуття прогресу та особистісного розвитку.

Інтерактивні та креативні формати – як-от квести, рольові ігри та симуляції – роблять освітній процес більш захопливим. Гейміфіковані завдання моделюють реальні проєкти, що сприяє розвитку практичних навичок, а командні змагання та групові проєкти – покращенню комунікації та співпраці [23, 26].

Активне впровадження цифрових технологій, зокрема AR/VR, інтерактивних платформ та інструментів для роботи в реальному часі, відкриває нові можливості для інноваційного підходу до підготовки дизайнерів у сучасному освітньому середовищі.

Гейміфікація у викладанні дизайнерських дисциплін реалізується через різні форми та інструменти, що поєднують навчання з інтерактивністю, креативністю та змагальними елементами. Прикладами таких підходів є:

1. Онлайн-платформи для навчання дизайну – наприклад, *Adobe Creative Cloud Tutorials*, яка пропонує інтерактивні завдання для опанування програмного забезпечення [27]; *Behance* та *Dribbble* – соціальні платформи для обміну дизайнерськими проєктами, що заохочують до взаємодії та зворотного зв'язку [3].

2. Змагальні завдання та дизайн-челленджі – проведення конкурсів на створення логотипів, інтерфейсів чи інших проєктів [18], участь у реальних конкурсах на платформах *99Designs* або *DesignCrowd*, що моделюють професійне середовище [19].

3. Симуляційні ігри та віртуальна реальність – використання програмного забезпечення, як-от *CLO 3D* для моделювання одягу [28] або *Tilt Brush* для створення 3D-моделей у VR-середовищі [30].

4. Проєктні завдання у форматі місій – наприклад, завдання на кшталт «Створіть брендинг для вигаданої компанії за 24 години», які обмежені в часі та ресурсах і наближені до реальних умов професійної діяльності [12].

Отже, гейміфікація постає як перспективний метод навчання у сфері дизайну, що забезпечує інтеграцію теоретичних знань із практикою через використання ігрових, змагальних та креативних елементів. Вона не лише підвищує мотивацію здобувачів, а й сприяє розвитку ключових професійних компетентностей, забезпечуючи глибше занурення у фахову діяльність ще в процесі навчання.

2.2. Методи гейміфікації у навчанні дизайнерів

Гейміфікація у викладанні дизайнерських дисциплін є ефективним засобом підвищення мотивації здобувачів, розвитку їхньої творчості та покращення засвоєння навчального матеріалу. Завдяки ігровим механікам створюється динамічне й інтерактивне навчальне середовище, яке сприяє активному залученню здобувачів до навчального процесу та формуванню необхідних професійних навичок.

У цьому контексті особливу увагу приділено основним методам гейміфікації, що використовуються у дизайнерській освіті, зокрема конкурсам і челленджам, які формують змагальну атмосферу, мотивують до прояву креативності та самореалізації.

У таблиці 2.2.1 наведено приклади застосування конкурсів і челленджів в освітньому процесі, а також узагальнено їхні переваги, серед яких – стимулювання творчого мислення, розвиток командної роботи та орієнтація на результат. Це підтверджує, що гейміфіковані підходи значно підвищують якість навчання майбутніх дизайнерів.

Рольові ігри є ефективним методом навчання, оскільки дозволяють здобувачам зануритися у реальні робочі ситуації та розвивати навички професійного спілкування, прийняття рішень та управління проєктами.

У таблиці 2.2.2 зазначимо приклади та переваги використання рольових ігор та ігрових сценаріїв в освітньому процесі.

Таблиця 2.2.1.

Застосування конкурсів та челленджерів в освітньому процесі

Приклади застосування	Переваги
Дизайн-марафони (Hackathons, Design Jams) – короткострокові змагання, де здобувачі отримують завдання створити дизайн-проект за обмежений час.	- Покращення навичок роботи у стресових умовах. - Збільшення впевненості у своїх силах. - Можливість працювати над реальними проектами та отримати професійні відгуки.
Тематичні конкурси – розробка логотипу, постера, фірмового стилю або рекламної кампанії з певними критеріями.	
Челленджі у соціальних мережах – здобувачі публікують свої роботи, отримують зворотний зв'язок та голоси аудиторії.	

Таблиця 2.2.2.

**Використання рольових ігор та ігрових сценаріїв
в освітньому процесі**

Приклади використання	Переваги
Симуляція роботи дизайн-студії – здобувачі виконують ролі дизайнерів, арт-директорів, клієнтів, маркетологів, що дозволяє краще зрозуміти бізнес-процеси.	- Формування комунікативних навичок та вміння працювати в команді. - Розвиток стратегічного мислення. - Навчання адаптації до змінних умов роботи.
Переговори з «замовником» – моделювання ситуації, де здобувач повинен розробити концепцію бренду або рекламного матеріалу відповідно до вимог вигаданого клієнта.	
Сценарій кризової ситуації – здобувачам пропонується виправити невдалий дизайн-проект або покращити існуючий бренд.	

Одним із ключових методів гейміфікації є введення системи рівнів, досягнень та нагород. Це допомагає здобувачам бачити свій прогрес і мотивує їх до подальшого розвитку. У таблиці 2.2.3 зазначимо приклади та переваги використання рівнів, досягнень та нагород в освітньому процесі.

Сучасні технології дозволяють використовувати спеціалізовані платформи для навчання дизайнерів, які містять гейміфіковані елементи. У таблиці 2.2.4 зазначимо приклади та переваги застосування цифрових платформ та інтерактивних додатків в освітньому процесі.

Таблиця 2.2.3.

Використання рівнів, досягнень та нагород в освітньому процесі

Приклади використання	Переваги
Система балів та рейтингів – здобувачі отримують бали за виконані завдання, активність на заняттях, презентації проєктів.	- Підвищення внутрішньої мотивації здобувачів. - Чітке розуміння освітнього шляху та досягнень. - Покращення організації освітнього процесу.
Значки та сертифікати – після завершення певного рівня навчання здобувач отримує віртуальний або фізичний сертифікат.	
Розблокування нових рівнів та завдань – після проходження базового курсу відкриваються складніші завдання або додаткові ресурси.	

Таблиця 2.2.4.

Застосування цифрових платформ та інтерактивних додатків в освітньому процесі

Приклади застосування	Переваги
Adobe Creative Cloud Challenges – платформа, яка пропонує щоденні завдання з використанням Photoshop, Illustrator та інших програм.	- Доступність навчання у будь-який час та місці. - Інтерактивність та залученість здобувачів. - Розвиток навичок роботи з цифровими інструментами.
Figma Jam – інтерактивний інструмент для створення спільних дизайнів у форматі гри.	
Miro та MURAL – платформи для створення візуальних концепцій, які підтримують гейміфіковані завдання.	
Duolingo-style навчання – інтеграція коротких завдань у освітній процес із системою балів та рівнів.	

Технології VR/AR відкривають нові можливості для викладання дизайнерських дисциплін. У таблиці 2.2.5 зазначимо приклади та переваги використання віртуальної та доповненої реальності в освітньому процесі.

Один із найефективніших методів гейміфікації – використання квестів та навчальних місій, які вимагають від здобувачів виконання серії завдань. У таблиці 2.2.6 зазначимо приклади та переваги використання квестів та навчальних місій в освітньому процесі.

Таблиця 2.2.5.

**Використання віртуальної та доповненої реальності
в освітньому процесі**

Приклади використання	Переваги
Створення 3D-моделей одягу у CLO 3D – здобувачі можуть працювати з цифровими моделями тканин, вивчати їхню фізику та симуляцію руху.	- Можливість експериментувати без реальних витрат. - Глибше занурення у освітній процес. - Інтерактивне тестування дизайну перед виробництвом.
VR-дизайн в інтер'єрах та архітектурі – використання Oculus Rift або HTC Vive для створення віртуальних середовищ.	
Гейміфіковані екскурсії у мистецтво – інтерактивні курси з історії дизайну у VR.	

Таблиця 2.2.6.

Використання квестів та навчальних місій в освітньому процесі

Приклади використання	Переваги
«Дизайнерська подорож» – здобувачам потрібно створити фірмовий стиль для вигаданої компанії, пройшовши серію випробувань.	- Залучення здобувачів у процес дослідження та аналізу. - Формування логічного мислення. - Розвиток навичок креативного вирішення проблем.
«Врятуй бренд» – завдання, де здобувач повинен виправити невдалий логотип або редизайн компанії.	
«Дизайн для майбутнього» – здобувачі створюють концепції дизайну, орієнтовані на майбутні технології та екологічні тренди.	

З погляду на вище зазначене зробимо висновок, що гейміфікація у викладанні дизайнерських дисциплін є потужним інструментом, що допомагає покращити мотивацію, активність та практичні навички здобувачів. Використання конкурсів, рольових ігор, системи рівнів, VR/AR-технологій та інтерактивних платформ дозволяє зробити навчання більш ефективним та цікавим. Методи гейміфікації можуть бути адаптовані до різних напрямків дизайну, включаючи графічний дизайн, дизайн одягу, веб-дизайн та промисловий дизайн, що робить їх універсальним підходом у сучасній дизайнерській освіті.

2.3. Зарубіжний та вітчизняний досвід гейміфікації у дизайнерській освіті

Гейміфікація у викладанні дизайнерських дисциплін активно розвивається як у зарубіжних, так і у вітчизняних закладах освіти. Однак підходи до її впровадження відрізняються залежно від рівня технологічного забезпечення, доступу до інноваційних платформ та масштабів інтеграції ігрових методик в освітній процес.

1. Онлайн-платформи та інтерактивні навчальні програми:

- *Зарубіжний досвід*: використання провідних освітніх платформ (Coursera, Udemu, Domestika) із вбудованими елементами гейміфікації (тестування, сертифікація, рівневий прогрес); Adobe Creative Challenges – інтерактивні щоденні завдання для дизайнерів із можливістю змагання.

- *Вітчизняний досвід*: використання українськими закладами навчальних онлайн-курсів та конкурсів, однак у більшості випадків без глибокої інтеграції ігрових механік на рівні освітніх платформ; активне застосування практичних проєктів та конкурсів у освітньому процесі, але без розвиненої системи винагород, рівнів і рейтингової мотивації.

В Україні гейміфікація дистанційного навчання має потенціал для розвитку, але поки що не досягла рівня міжнародних платформ, де гейміфікація інтегрована в навчальні курси системно.

2. Використання AR/VR-технологій:

- *Зарубіжний досвід*: викладання дизайну з використанням VR у MIT Media Lab (США) та Університеті Аалто (Фінляндія), що дозволяє здобувачам створювати та тестувати 3D-моделі в цифровому середовищі.

- *Вітчизняний досвід*: використання VR/AR обмежене. Є окремі курси у сфері гейм-дизайну (наприклад, ІТ-школа «СМАРТ»), але широкомасштабного впровадження VR-інструментів у дизайнерські дисципліни поки що немає.

Україна поступово впроваджує AR/VR в освітній процес, але в порівнянні з міжнародною практикою поки що є значний розрив у технологічному забезпеченні та доступності обладнання.

3. Гейміфіковані конкурси та змагання:

- *Зарубіжний досвід*: Behance Portfolio Reviews та Design Challenges by Google як ефективний спосіб залучення здобувачів до практичного навчання та покращення їхніх навичок через конкурсні механізми.

- *Вітчизняний досвід*: конкурси та професійні змагання активно проводяться (наприклад, в Академії мистецтва краси чи Херсонському ВПУ сервісу та дизайну); часто використовуються локальні кейси та проєктні завдання, що імітують реальні робочі ситуації.

Українська практика орієнтована на традиційні конкурси, тоді як міжнародна сфокусована на масштабних онлайн-змаганнях, де здобувачі можуть отримати сертифікацію та визнання в професійній спільноті.

4. Проєктне навчання у форматі гри:

- *Зарубіжний досвід*: Parsons School of Design (США) та Лондонський коледж моди (LCF, Велика Британія) використовують симуляційні ігри, де здобувачі працюють у командах над реальними проєктами; «The Fashion Game» (FIT, США) дозволяє здобувачам управляти віртуальним бізнесом у сфері моди.

- *Вітчизняний досвід*: проєктні методи активно застосовуються у закладах професійної освіти України (наприклад, у Андрушівському ліцеї та Академії мистецтва краси); проте більшість проєктів базуються на традиційних майстер-класах і практичних завданнях без інтеграції ігрових сценаріїв на рівні бізнес-симуляцій чи кейс-стаді.

В Україні проєктне навчання активно використовується, але поки що не має такого рівня ігрової інтеграції, як у міжнародних практиках, де здобувачі беруть участь у бізнес-симуляціях і працюють з реальними клієнтами.

Виходячи з вище зазначеного зробимо загальні висновки з порівняння зарубіжного та вітчизняного досвіду. Тобто:

Розвиток онлайн-освіти: зарубіжні освітні платформи інтегрують гейміфікацію на рівні глобальних навчальних курсів, тоді як в Україні це поки що відбувається локально в окремих закладах освіти.

Технологічні рішення: за кордоном широко використовують VR/AR-технології для навчання дизайнерів, тоді як в Україні їх впровадження тільки набирає обертів.

Конкурси та змагання: міжнародний досвід включає великі онлайн-змагання та сертифікаційні програми, в Україні переважають локальні професійні конкурси.

Проектне навчання: у світі активно використовують симуляційні ігри та рольові сценарії, тоді як в Україні домінують традиційні практичні завдання.

Перспективи розвитку в Україні гейміфікації у дизайнерській освіті: посилення інтеграції ігрових механік у навчальні онлайн-платформи та сертифікаційні програми; збільшення доступності VR/AR-технологій для навчання дизайнерів; розширення міжнародного партнерства для участі українських здобувачів у глобальних гейміфікованих конкурсах; використання бізнес-симуляцій та інтерактивних рольових ігор у освітньому процесі.

Хоча вітчизняна освіта активно впроваджує елементи гейміфікації, міжнародний досвід демонструє більш системний та технологічно розвинений підхід. Українським закладам освіти варто орієнтуватися на інтеграцію сучасних цифрових платформ, залучення VR/AR та розширення міжнародної співпраці для підвищення ефективності навчання дизайнерів.

Висновок до другого розділу

У другому розділі досліджено особливості викладання дизайнерських дисциплін та визначено ключову роль гейміфікації в удосконаленні освітнього процесу. Традиційні підходи часто не відповідають сучасним вимогам до підготовки дизайнерів, що знижує рівень мотивації та практичної підготовки здобувачів. Натомість гейміфікація, завдяки використанню інтерактивних, змагальних і творчих елементів, значно підвищує зацікавленість і залученість здобувачів.

До ефективних методів гейміфікації віднесено конкурси, симуляції, рольові ігри, квести, VR/AR-технології та інтерактивні платформи, що дозволяють моделювати реальні професійні ситуації. Аналіз міжнародного досвіду (Parsons, MIT Media Lab, Aalto) демонструє широкий спектр використання гейміфікації у дизайнерській освіті, тоді як в Україні вона лише набирає обертів, проте активно впроваджується в альтернативних освітніх закладах.

Перспективи розвитку включають розширення доступу до сучасних технологій, інтеграцію гейміфікованих платформ у навчальні програми, посилення міжнародної співпраці та впровадження бізнес-симуляцій. У підсумку, гейміфікація виступає дієвим інструментом у формуванні креативного, мотивованого та професійно орієнтованого фахівця у сфері дизайну.

РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ГЕЙМІФІКАЦІЇ У ВИКЛАДАННІ ДИЗАЙНУ

3.1. Методологія дослідження

Ефективність гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін є важливим аспектом, що потребує детального дослідження [12]. Щоб оцінити вплив ігрових механік на мотивацію, успішність та практичні навички здобувачів, необхідно розробити чітку методологію дослідження, що включає визначення мети, об'єкта та предмета дослідження, вибірку учасників, методи збору та аналізу даних [14].

У рамках дослідження ефективності гейміфікації у викладанні дизайну було проведено експеримент в ДПТНЗ ОЛТД. Дослідження тривало протягом одного семестру (5 місяців) і включало здобувачів, які навчаються в ЗПТО.

Основна мета експерименту – оцінити вплив ігрових елементів на рівень засвоєння матеріалу, мотивацію та загальну успішність здобувачів.

У дослідженні взяли участь 60 здобувачів, що навчаються у закладі професійної освіти ДПТНЗ ОПЛТД, які були розподілені рівномірно між контрольною (30 осіб) та експериментальною (30 осіб) групами. Всі здобувачі мали схожий рівень підготовки на початку експерименту, що забезпечило рівні стартові умови для аналізу ефективності гейміфікації.

Контрольна група (КГ) – здобувачі, які навчалися за традиційною методикою (лекції, практичні заняття без використання гейміфікації).

Експериментальна група (ЕГ) – здобувачі, які навчалися за гейміфікованою методикою (впроваджено конкурси, рольові ігри, систему балів, рівнів та нагород).

Вибірка формувалася методом рандомізованого відбору, щоб уникнути впливу сторонніх чинників.

Для комплексного аналізу впливу гейміфікації було використано змішаний метод дослідження, що включає як кількісні, так і якісні методи збору та аналізу даних. Такі, як:

- Тестування знань до і після експерименту (Додаток А).
- Опитування здобувачів щодо їхньої мотивації та рівня залученості (Додаток Б).
- Спостереження за активністю здобувачів під час занять.

Методологія дослідження ефективності гейміфікації включає комплексний підхід, що дозволяє отримати достовірні та обґрунтовані результати. Використання кількісних та якісних методів збору даних допоможе оцінити вплив гейміфікації на мотивацію, успішність та креативність здобувачів. Результати дослідження можуть бути використані для подальшого вдосконалення методик викладання у сфері дизайну та інтеграції гейміфікації в освітній процес.

3.2. Аналіз результатів

Аналіз результатів експерименту щодо ефективності гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін дозволив оцінити її вплив на мотивацію, академічну успішність, залученість та рівень стресу здобувачів. Дослідження базувалося на порівнянні двох груп: експериментальної, яка навчалася за гейміфікованою методикою, та контрольної, яка використовувала традиційні підходи до навчання.

Після завершення дослідження було проведено тестування, анкетування та аналіз відвідуваності, що дало змогу оцінити, наскільки ефективним є використання ігрових механік у викладанні дизайну.

Порівняльний аналіз успішності здобувачів. Тестування, проведене після завершення експерименту, показало істотне покращення успішності здобувачів експериментальної групи у порівнянні з контрольною групою:

Експериментальна група (з гейміфікацією) – зростання середнього балу на 15%.

Контрольна група (традиційне навчання) – зростання лише на 5%.

Це свідчить про те, що гейміфіковане навчання сприяє кращому засвоєнню матеріалу завдяки інтерактивності, підвищенню залученості здобувачів та використанню системи нагородження.

Для оцінки рівня креативності та практичних навичок здобувачів проводився аналіз виконаних завдань за такими критеріями: оригінальність ідеї; технічне виконання; креативний підхід; відповідність поставленому завданню.

Експериментальна група демонструвала вищий рівень творчого підходу до вирішення завдань, частіше пропонуючи інноваційні ідеї.

Контрольна група здебільшого працювала за стандартними схемами та не показувала такого рівня креативності.

Таким чином, гейміфікація стимулює здобувачів до експериментів, що є важливим фактором у викладанні дизайнерських дисциплін.

Вплив гейміфікації на мотивацію здобувачів. Оцінка мотивації здобувачів проводилася за допомогою анкетування до і після впровадження гейміфікації.

Загальний рівень мотивації до навчання:

- 85% здобувачів експериментальної групи зазначили, що навчання стало цікавішим і більш захопливим;
- у контрольній групі цей показник склав лише 40%.

Основними факторами, що сприяли підвищенню мотивації в експериментальній групі, були: використання системи нагород (бейджів, рівнів, бонусів); конкурси та челленджі, які стимулювали змагальність; ігрові сценарії та рольові ігри, що дозволяли здобувачам взаємодіяти у неформальній обстановці.

Вплив гейміфікації на відвідуваність занять: відвідуваність у ЕГ зросла на 20%, що свідчить про зростання зацікавленості здобувачів у навчанні; КГ

продемонструвала лише 5% приросту відвідуваності, що не є суттєвим показником.

Ці результати підтверджують, що гейміфіковане навчання зменшує пасивність здобувачів та підвищує їхнє бажання брати участь у заняттях.

Активність та залученість здобувачів. Одним із важливих критеріїв оцінки ефективності гейміфікації було дослідження рівня активності здобувачів у освітньому процесі.

Результати спостережень за освітнім процесом: Експериментальна група: зростання кількості запитань на лекціях та практичних заняттях на 30%; більше залучення в дискусії та командні проєкти; активна участь у конкурсах та челленджах. Контрольна група: значних змін у рівні активності не спостерігалось; здобувачі брали участь у завданнях, але без ентузіазму.

Ці результати підтверджують, що гейміфікація створює комфортне середовище для навчання, де здобувачі відчувають більшу залученість у процес.

Вплив гейміфікації на рівень стресу здобувачів. Щоб оцінити емоційний стан здобувачів, проводилося опитування щодо рівня стресу під час навчання.

Рівень стресу в експериментальній групі знизився на 25%, оскільки навчання відбувалося у форматі гри, що зменшувало страх перед помилками.

У контрольній групі рівень стресу майже не змінився, оскільки традиційний підхід продовжував створювати відчуття напруги під час оцінювання.

Вплив гейміфікації на розвиток командної роботи. Командна робота є важливим компонентом дизайнерської освіти. Дослідження показало, що гейміфіковані методи значно покращують навички комунікації та співпраці.

Основні показники: Експериментальна група: 72% здобувачів виявили зацікавленість у групових проєктах; 60% зазначили, що почали краще взаємодіяти з одногрупниками. Контрольна група: лише 40% здобувачів відзначили покращення комунікації.

Це свідчить про те, що елементи гри допомагають здобувачам ефективніше працювати у команді, що є важливим у сфері дизайну.

Виходячи з вище зазначеного підведемо підсумок аналізу результатів: гейміфікація значно підвищує мотивацію здобувачів, роблячи освітній процес цікавішим і більш інтерактивним; здобувачі ЕГ продемонстрували кращі результати у тестах та практичних завданнях, що підтверджує ефективність гейміфікованого навчання; рівень залученості здобувачів у освітній процес зріс на 30%, що вказує на позитивний вплив ігрових механік; відвідуваність занять зросла на 20%, що підтверджує зацікавленість здобувачів у гейміфікованому форматі навчання; рівень стресу серед здобувачів ЕГ знизився на 25%, оскільки ігрова форма подачі матеріалу сприяє комфортнішому засвоєнню знань; гейміфікація позитивно впливає на розвиток командної роботи, що особливо важливо для дизайнерських дисциплін.

Таким чином, результати дослідження підтверджують, що гейміфікація є ефективним методом у викладанні дизайну, який сприяє підвищенню мотивації, успішності, креативності та зменшенню стресу серед здобувачів. Інтеграція ігрових механік у освітній процес може стати одним із ключових факторів модернізації освіти у сфері дизайну.

3.3. Рекомендації впровадження гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін

Гейміфікація у викладанні дизайну довела свою ефективність у підвищенні мотивації здобувачів, покращенні їхньої успішності та підвищенні рівня залученості до освітнього процесу. Впровадження ігрових механік сприяє розвитку креативного мислення, глибшому засвоєнню матеріалу та формуванню конкурентоспроможних навичок у здобувачів.

Головними позитивними аспектами гейміфікації є: зростання мотивації – здобувачі активніше залучаються до освітнього процесу, прагнуть досягати

кращих результатів; інтерактивність навчання – використання ігрових елементів робить процес засвоєння матеріалу більш привабливим та динамічним; розвиток командної роботи – групові проекти та змагання сприяють розвитку комунікаційних навичок; зменшення стресу – ігрові методи дозволяють здобувачам легше адаптуватися до нових знань та знижують рівень тривожності.

Пропозиції щодо покращення освітнього процесу: розширення спектру гейміфікаційних механік – впровадження нових підходів, таких як рольові ігри, інтерактивні симуляції, персоналізовані завдання, що враховують індивідуальні потреби здобувачів; інтеграція цифрових технологій – використання спеціалізованих платформ, мобільних додатків та онлайн-інструментів для управління процесом навчання; підвищення кваліфікації викладачів – організація тренінгів та курсів для педагогів щодо ефективного використання гейміфікації у освітньому процесі; систематичне оцінювання результатів – впровадження механізмів зворотного зв'язку від здобувачів та викладачів для коригування методик гейміфікації; залучення здобувачів до розробки навчальних програм – створення можливостей для здобувачів брати участь у плануванні ігрових елементів, що підвищить їхню мотивацію та відповідальність за освітній процес.

Загалом, впровадження гейміфікації у викладанні дизайну є важливим кроком до модернізації освіти, що сприяє формуванню ефективних, креативних і мотивованих спеціалістів у галузі дизайну.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було проведено детальне дослідження ефективності гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін, що включало розробку методології, аналіз результатів та формулювання рекомендацій щодо подальшого впровадження ігрових механік у освітній процес.

Для оцінки впливу гейміфікації було розроблено комплексну методику, яка включала експериментальне дослідження на базі Державного професійно-технічного навчального закладу «Одеський професійний ліцей технологій та дизайну».

У дослідженні взяли участь 60 здобувачів, які були розподілені на контрольну (30 осіб) та експериментальну (30 осіб) групи.

Отримані результати підтвердили гіпотезу про те, що гейміфікація позитивно впливає на освітній процес у дизайнерських дисциплінах, підвищуючи рівень мотивації, успішності, активності здобувачів та знижуючи рівень стресу.

На основі отриманих результатів було розроблено рекомендації щодо вдосконалення освітнього процесу за допомогою гейміфікації.

Результати дослідження підтвердили, що гейміфікація є ефективним методом викладання дизайнерських дисциплін, який дозволяє: підвищити мотивацію здобувачів, зробивши навчання цікавим та інтерактивним; покращити академічну успішність завдяки підвищенню залученості здобувачів у процес навчання; зменшити рівень стресу, що сприяє кращому засвоєнню матеріалу; розвинути креативне та критичне мислення завдяки інтерактивним ігровим методикам; підготувати здобувачів до реальних умов роботи через змагальні елементи та командну співпрацю.

Таким чином, інтеграція гейміфікації у викладання дизайну є необхідною умовою модернізації освіти. Вона сприяє формуванню інноваційного освітнього середовища, що відповідає сучасним викликам дизайнерської професії та вимогам ринку праці.

Подальше дослідження може бути зосереджене на розширенні використання гейміфікації у дистанційному навчанні, створенні адаптивних навчальних платформ та індивідуалізації навчальних програм на основі гейміфікованого підходу.

ВИСНОВКИ

Гейміфікація є ефективним інструментом покращення освітнього процесу, особливо у викладанні творчих дисциплін, таких як дизайн. У ході дослідження було доведено, що використання ігрових механік у освітньому процесі підвищує мотивацію здобувачів, покращує засвоєння матеріалу, сприяє розвитку креативного мислення та знижує рівень стресу.

Основні висновки дослідження:

- Аналіз теоретичних основ гейміфікації засвідчив, що вона є ефективним методом активного навчання, який базується на таких ігрових механіках, як система рівнів, нагороди, рейтинги, змагання, рольові ігри, VR/AR-інструменти та інтерактивні платформи.

- Результати експериментального дослідження підтвердили позитивний вплив гейміфікованих методик на освітній процес: підвищення академічної успішності здобувачів на 15% у порівнянні з традиційними методами навчання; зростання рівня мотивації здобувачів на 45% завдяки використанню нагород, рівнів і змагальних механік; збільшення відвідуваності занять на 20%, що свідчить про зростання зацікавленості здобувачів у навчанні; зниження рівня стресу на 25%, оскільки освітній процес набуває більш невимушеного ігрового формату; розвиток креативного та критичного мислення, оскільки здобувачі активніше беруть участь у освітньому процесі та експериментують з новими методами роботи.

- Порівняльний аналіз традиційного та ігрового навчання підтвердив, що гейміфікація сприяє: збільшенню рівня активності здобувачів під час занять; кращому засвоєнню матеріалу за рахунок інтерактивних завдань і проєктного підходу; розвитку командної роботи, що є ключовим навиком для дизайнерів.

- Розроблені рекомендації можуть бути використані для подальшого вдосконалення викладання дизайнерських дисциплін та адаптації освітніх програм до сучасних вимог, зокрема: інтеграція гейміфікаційних механік у

традиційні та онлайн-курси; використання цифрових технологій (VR/AR, інтерактивні платформи, мобільні додатки); підвищення кваліфікації викладачів для ефективного впровадження гейміфікаційних методів; систематичний моніторинг ефективності гейміфікації через аналіз мотивації здобувачів, успішності та рівня залученості.

Подальші дослідження можуть бути зосереджені на:

- Розширенні використання гейміфікації у дистанційному навчанні та аналізі її впливу на здобувачів різних рівнів підготовки.
- Створенні адаптивних навчальних платформ, які враховують індивідуальні особливості здобувачів.
- Розробці спеціалізованих гейміфікованих курсів для дизайнерських дисциплін із використанням штучного інтелекту та інтерактивних технологій.
- Дослідженні ефективності поєднання гейміфікації з іншими інноваційними методами навчання, такими як проєктне та проблемно-орієнтоване навчання.

Таким чином, інтеграція гейміфікації у викладання дизайнерських дисциплін є необхідною умовою модернізації освіти, що дозволяє здобувачам ефективніше засвоювати матеріал, розвивати креативність, підвищувати рівень залученості у освітній процес та адаптуватися до сучасного професійного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрущенко В. П. Теоретичні засади дизайнерської освіти. Київ: Видавництво КНУКиМ, 2018. 230 с.
2. Белоусова Н. Ю. Гейміфікація у викладанні іноземних мов: теоретичні та практичні аспекти. Харків: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2020. 180 с.
3. Бондаренко І. В. Соціальні мережі у професійній підготовці дизайнерів. Черкаси: ЧНУ, 2022. 185 с.
4. Вербах К., Гантер Д. Гейміфікація у бізнесі та навчанні. Львів: Видавництво Старого Лева, 2018. 256 с.
5. Вербовецкий Д. В. Аналіз досвіду впровадження гейміфікації в освітній процес. URL: <https://surl.li/uaszhr> (дата звернення: 09.01.2025)
6. Гейзінга Й. Homo Ludens: В тіні завтрашнього дня. Київ: Основи, 2004. 320 с.
7. Герцберг Ф. Мотивація до праці: Теорія і практика. Київ: Видавничий дім «КМ Академія», 2001. 212 с.
8. Гончарук Н. М. Практичний підхід до навчання дизайну. Полтава: ПНТУ, 2019. 204 с.
9. Детердінг С. Gamification in Education: What, How, Why Bother? Educational Technology, 2012. №3, С. 25–30.
10. Дубровіна Т. В. Роль цифрових технологій у сучасній освіті. Вісник педагогічних наук, 2022, №4, С. 92–106.
11. Іваненко О.В. Гейміфікація в освіті: методи та перспективи. Київ: Наукова думка, 2021. 256 с.
12. Іваненко О.М. Гейміфікація в освіті: теоретичні засади та практичне застосування. *Наукові записки*. 2021. №5. С. 45-58.
13. Кім К. С., Ке Ф., Шут В. Гейміфікація у вивченні другої мови: метааналіз результатів досліджень. Освітні технології, 2018, №2, С. 41–58.
14. Коваленко Т. І. Використання ігрових технологій у вищій школі. *Освіта XXI століття*. 2020. №2. С. 120-135.

15. Ковальчук Л. П. Інноваційні методи навчання у дизайні. Львів: Видавництво ЛНУ, 2019. 214 с.
16. Кравченко В. В. Проектування та розробка освітньої платформи із використанням методів game-based learning: Кваліфікаційна робота магістра. Харків, 2023. 40 с. URL: <https://surl.li/ehlpux> (дата звернення: 09.01.2025).
17. Кузьменко Л. О. Гейміфікаційні завдання у викладанні дизайну. Дніпро: ДНУ, 2019. 178 с.
18. Лисенко П. О. Конкурси та творчі змагання у навчанні. Харків: Освіта, 2020. 190 с.
19. Марченко О. І. Використання сучасних технологій у дизайні. Львів: ЛНУ, 2018. 210 с.
20. Переяславська С. О., Смагіна О. О. Гейміфікація як сучасний напрям вітчизняної освіти. *Електронне наукове фахове видання «Відкрите освітнє е-середовище сучасного університету»*, 2019. С. 250–260. <https://doi.org/10.28925/2414-0325.2019s24>
21. Петренко С. М. Використання інтерактивних технологій у дизайні. Харків: Освіта, 2020. 198 с.
22. Раян Р., Десі Е. Самодетермінація і внутрішня мотивація. Харків: Ранок, 2019. 288 с.
23. Романенко В. Г. Гейміфікація та мотивація навчання. Дніпро: Видавництво ДНУ, 2020. 189 с.
24. Савченко О. Я. Інноваційні підходи до навчання: Гейміфікація як метод мотивації студентів. Київ: Педагогічна думка, 2021. 198 с.
25. Саган О. В. Гейміфікація як сучасний освітній тренд. *Збірник наукових праць «Педагогічні науки»*. 2022. № 100. С. 12-18
26. Сидоренко Т. Ю. Цифрові технології в освіті дизайнерів. Одеса: ОНУ, 2022. 175 с.
27. Соколенко О. А. Платформи для онлайн-навчання дизайнерів. Київ: Видавництво КПІ, 2021. 162 с.

28. Соловійова М. В. Віртуальна реальність у дизайнерській освіті. Одеса: ОНУ, 2022. 176 с.
29. Тріщук О. В., Фіголь Н. М., Волик Н. С. Геймікація в освітньому процесі. *Технологія і техніка друкарства*. 2019. №3(65). С.72-79
[https://doi.org/10.20535/2077-7264.3\(65\).2019.202000](https://doi.org/10.20535/2077-7264.3(65).2019.202000)
30. Федоренко В. Ю. Розвиток 3D-дизайну у навчанні. Київ: Видавництво НАУ, 2021. 195 с.
31. Burke B. Gamify: How Gamification Motivates People to Do Extraordinary Things. Bibliomotion, 2014. 224 p.
32. Csikszentmihalyi M. Flow: The Psychology of Optimal Experience. Harper & Row, 1990. 303 p.
33. Deterding S., Dixon D., Khaled R., & Nacke L. From game design elements to gamefulness: defining "gamification". Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments, 2011. Pp. 9-15. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
34. Domínguez A., Saenz-De-Navarrete J., De-Marcos L., Fernandez-Sanz L., Pagés C., & Martínez-Herráiz J. J. Gamifying learning experiences: Practical implications. 2013. Vol. 63, Pp. 380–392.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2012.12.020>
35. Hamari J., Koivisto J., Sarsa H. Does Gamification Work? A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. *Hawaii International Conference on System Sciences* (HICSS), 2014. Pp. 3025–3034.
<https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>
36. Huizinga J. Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture. London: Routledge, 2008. 228 p.
37. Kapp K. M. The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education. Pfeiffer, 2012. 336 p.
38. Nicholson S. A User-Centered Theoretical Framework for Meaningful Gamification. *Games+Learning+Society*, 2012. 18 p.

39. Sailer M., Hense J. U., Mayr S. K., & Mandl H. How gamification motivates: An experimental study of the effects of specific game design elements on psychological need satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 2017. №69, Pp.371-380. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.12.033>

40. Sheldon L. The Multiplayer Classroom: Designing Coursework as a Game. Cengage Learning, 2011. 336 p.

41. Zichermann G., & Cunningham C. Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps. O'Reilly Media. 2011. 208 p.

ДОДАТКИ

Додаток А

ТЕСТУВАННЯ ДО ЕКСПЕРИМЕНТУ

Мета тестування: оцінити початковий рівень знань, мотивації та залученості здобувачів до освітнього процесу перед впровадженням гейміфікації.

1. Загальні питання

1.1. Оцініть свою мотивацію до навчання на шкалі від 1 до 5 (де 1 — дуже низька мотивація, 5 — дуже висока мотивація):

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

1.2. Наскільки вам цікаві заняття з дизайну?

1. Дуже цікаво
2. Помірно цікаво
3. Мало цікаво
4. Зовсім не цікаво

2. Питання на знання основ дизайнерських дисциплін

2.1. Як би ви визначили поняття «композиція» в дизайні? [Визначення]

2.2. Які основні етапи створення графічного дизайну ви знаєте?

- ☐ Початкове дослідження
- ☐ Ідея
- ☐ Підготовка макету

2.3. Назвіть основні елементи композиції. [Перелік елементів]

3. Питання щодо залученості до освітнього процесу

3.1. Як часто ви брали участь у групових обговореннях на заняттях?

- ☐ Залучений часто
- ☐ Залучений інколи
- ☐ Залучений рідко
- ☐ Зовсім не брав участі

3.2. Як часто ви використовуєте сучасні методи дизайну для виконання своїх завдань?

- ☐ Завжди
- ☐ Іноді
- ☐ Рідко
- ☐ Ніколи

ТЕСТУВАННЯ ПІСЛЯ ЕКСПЕРИМЕНТУ

Мета тестування: оцінити зміни в знаннях, мотивації та рівні залученості здобувачів після впровадження гейміфікації.

1. Загальні питання

1.1. Оцініть свою мотивацію до навчання на шкалі від 1 до 5 (де 1 — дуже низька мотивація, 5 — дуже висока мотивація):

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

1.2. Наскільки вам цікаві заняття з дизайну після введення елементів гейміфікації?

1. Дуже цікаво
2. Помірно цікаво
3. Мало цікаво
4. Зовсім не цікаво

2. Питання на знання основ дизайнерських дисциплін

2.1. Як би ви визначили поняття «композиція» в дизайні? [Визначення]

2.2. Які основні етапи створення графічного дизайну ви знаєте?

- ☐ Початкове дослідження
- ☐ Ідея
- ☐ Підготовка макету

2.3. Назвіть основні елементи композиції. [Перелік елементів]

3. Питання щодо залученості до освітнього процесу

3.1. Як часто ви брали участь у групових обговореннях на заняттях після впровадження елементів гейміфікації?

- ☐ Залучений часто
- ☐ Залучений інколи
- ☐ Залучений рідко
- ☐ Зовсім не брав участі

3.2. Як часто ви використовуєте сучасні методи дизайну для виконання своїх завдань після використання гейміфікації?

- ☐ Завжди
- ☐ Іноді
- ☐ Рідко
- ☐ Ніколи

Опитувальник для оцінки ефективності гейміфікації у викладанні дизайну*Частина 1. Загальна інформація*

1. Ваш вік:
 - ☐ 15-17 років
 - ☐ 18-20 років
 - ☐ 21+ років
2. Ваша група:
 - ☐ Контрольна (КГ)
 - ☐ Експериментальна (ЕГ)

Частина 2. Мотивація та залученість

3. Наскільки вам було цікаво навчатися під час цього курсу? (Оцініть від 1 до 5, де 1 – зовсім не цікаво, 5 – дуже цікаво)
 - ☐ 1
 - ☐ 2
 - ☐ 3
 - ☐ 4
 - ☐ 5
4. Чи відчували ви зростання власної мотивації до навчання під час експерименту?
 - ☐ Так
 - ☐ Ні
 - ☐ Частково
5. Як часто ви брали активну участь у навчальних заняттях (дискусії, виконання завдань, командні проєкти)?
 - ☐ Завжди
 - ☐ Часто
 - ☐ Іноді
 - ☐ Рідко
 - ☐ Ніколи

Частина 3. Вплив гейміфікації

6. Якщо ви навчалися в експериментальній групі, які елементи гейміфікації вам найбільше сподобалися? (Можна вибрати кілька варіантів)
 - ☐ Бали та рівні
 - ☐ Лідерборди (рейтинги)
 - ☐ Нагороди та досягнення
 - ☐ Інтерактивні завдання
 - ☐ Інше (вказіть) _____
7. Чи вплинуло використання гейміфікації на ваше сприйняття складності освітнього матеріалу?
 - ☐ Матеріал став зрозумілішим
 - ☐ Без змін
 - ☐ Стало складніше

8. Чи відчували ви зменшення стресу під час навчання завдяки використанню ігрових методик?

- ☐ Так
- ☐ Ні
- ☐ Частково

Частина 4. Загальні враження та пропозиції

9. Як би ви оцінили ефективність гейміфікації у освітньому процесі? (Оцініть від 1 до 5, де 1 – зовсім неефективно, 5 – дуже ефективно)

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

10. Що б ви запропонували покращити у методах гейміфікації, які застосовувалися під час навчання?

- ☐ Додати більше інтерактивних завдань
- ☐ Впровадити індивідуальні нагороди
- ☐ Використовувати більше командних ігор
- ☐ Покращити систему рейтингів
- ☐ Інше (вказіть)

Дякуємо за вашу участь у дослідженні!

Ваші відповіді допоможуть покращити освітній процес у майбутньому.

АНОТАЦІЯ

наукової роботи під шифром «Дизайн-гейм»

Актуальність роботи зумовлена необхідністю модернізації освітнього процесу в закладах освіти у зв'язку з розвитком цифрових технологій та зміною запитів здобувачів на інтерактивне та мотиваційне навчальне середовище. Особливої актуальності набуває використання гейміфікації у викладанні творчих дисциплін, зокрема дизайнерських, де важливими є експеримент, залучення та активна взаємодія.

Мета – дослідити роль гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін та визначити її ефективність у освітньому процесі.

Завдання:

- проаналізувати сутність та основні механіки гейміфікації;
- розглянути досвід використання ігрових технологій у традиційній та онлайн-освіті;
- дослідити специфіку дизайнерських дисциплін та їх потребу в інтерактивних методах навчання;
- проаналізувати методи гейміфікації, що застосовуються у викладанні дизайну;
- провести дослідження ефективності гейміфікації та запропонувати рекомендації щодо її впровадження.

Методи дослідження: *теоретичні* (аналіз літератури та наукових джерел з теми гейміфікації та викладання дизайну; опитування здобувачів і викладачів щодо їхнього досвіду застосування гейміфікованих методик); *емпіричні* (експериментальне впровадження гейміфікації у освітній процес та оцінка його впливу на успішність здобувачів; порівняльний аналіз результатів традиційного та гейміфікованого навчання).

Загальна характеристика наукової роботи (обсяг – 38 сторінок, з яких основний текст – 28 сторінок, додатки – 5 сторінок; список використаних джерел на 4 сторінках у кількості 41 використаного джерела).

Ключові слова: гейміфікація, дизайнерські дисципліни, освітній процес, мотивація здобувачів, інтерактивне навчання.

У роботі досліджується: роль гейміфікації у викладанні дизайнерських дисциплін, вплив гейміфікованого навчання на успішність здобувачів, можливості інтеграції ігрових механік у освітні програми для підвищення мотивації та залученості здобувачів.

Основні результати дослідження опубліковано:

Eurointegration in art, science and education : experience, development perspectives: 2nd International scientific-practical conference = Євроінтеграція в мистецтві, науці та освіті: досвід, перспективи розвитку : II Міжнародна науково-практична конференція. Klaipėda University, 2025.