

Арзамасцева А.С.
студентка 4 курса ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»

ВЛИЯНИЕ ИГРОВЫХ МЕХАНИК НА МОТИВАЦИЮ УЧАЩИХСЯ ПРИ ОСВОЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Аннотация: В статье рассматривается применение геймификации для повышения мотивации при обучении английскому языку. Анализируются ключевые игровые механики - уровни, бейджи, квесты и лидерборды - с точки зрения их влияния на психологические потребности учащихся: автономию, компетентность и социальную включенность. Приводятся практические рекомендации по проектированию геймифицированных сценариев и типичные ошибки внедрения, такие как избыточный акцент на соревнованиях или отрыв игровых элементов от учебного содержания.

Ключевые слова: геймификация, мотивация к изучению английского языка, вовлеченность учащихся, цифровые образовательные технологии

Снижение мотивации учащихся на среднем этапе изучения английского языка остается системной проблемой в образовательной практике. Традиционные методы преподавания, основанные на репродуктивных упражнениях и фронтальном опросе, недостаточно эффективны для поддержания устойчивой вовлеченности в условиях цифровой среды, где учащиеся привыкли к интерактивному и немедленному отклику контента.

Геймификация - внедрение игровых механик (баллы, уровни, бейджи, квесты) в неигровые контексты - рассматривается как потенциальный инструмент мотивационного воздействия [1]. Однако большинство российских исследований ограничиваются теоретическими рассуждениями или описанием отдельных кейсов без количественной верификации эффекта. Эмпирические данные о том, какие именно геймифицированные элементы влияют на внутреннюю мотивацию при освоении английского языка и как это влияние проявляется в поведенческих метриках, остаются фрагментарными.

Цель исследования - эмпирически проверить влияние геймифицированной образовательной среды на уровень мотивации и вовлеченности студентов при обучении английскому языку. Для достижения цели решались задачи: (1) разработать и внедрить геймифицированный сценарий обучения английскому языку на платформе LMS; (2) измерить динамику мотивационных показателей в экспериментальной и контрольной группах за 8-недельный период; (3) проанализировать корреляцию между использованием геймифицированных элементов и поведенческими индикаторами вовлеченности.

Объектом исследования выступил процесс обучения английскому языку студентов первого курса неязыкового вуза. Предметом - геймификация как фактор формирования мотивации к языковой деятельности. В исследовании применен квазиэкспериментальный дизайн с использованием методов анкетирования (шкала мотивации к изучению английского языка), анализа поведенческих данных LMS и непараметрических статистических тестов (U-критерий Манна–Уитни).

Теоретическая значимость работы заключается в верификации положений теории самоопределения применительно к геймифицированному обучению английскому языку. Практическая ценность - в разработке рекомендаций по проектированию геймифицированных сценариев, ориентированных на усиление внутренней мотивации, а не только на краткосрочное повышение активности через внешние стимулы [2].

Геймификация определяется как применение игровых элементов и механик в неигровых контекстах для изменения поведения и повышения вовлеченности [3]. Важно разделять геймификацию и игровое обучение (game-based learning): первая использует отдельные механики (баллы, уровни) внутри традиционного учебного процесса, вторая строится вокруг полноценных игр как основного инструмента обучения.

Ключевые геймифицированные элементы в обучении английскому языку можно классифицировать по функциональному признаку:

- прогрессия: уровни, шкалы опыта, визуализация продвижения по учебному материалу;
- вознаграждение: бейджи за выполнение грамматических упражнений, лексических квестов, достижение порога активности;
- социальное взаимодействие: лидерборды (индивидуальные и командные), возможность сравнения результатов;
- вызов: квесты с сюжетной линией (например, «путешествие по англоязычным странам» с заданиями на аудирование и говорение).

Теоретической основой мотивационного эффекта геймификации служит теория самоопределения. Согласно этой теории, три базовых психологических потребности определяют внутреннюю мотивацию: автономия (ощущение контроля над процессом), компетентность (чувство роста навыков), связанность (социальная включенность). Геймифицированные элементы напрямую адресуют эти потребности: уровни и бейджи усиливают ощущение компетентности, выбор маршрута квеста поддерживает автономию, лидерборды создают контекст социального сравнения [4].

Обзор зарубежных исследований показывает устойчивую корреляцию между геймификацией и ростом вовлеченности при изучении иностранных языков. В российской педагогической науке геймификация рассматривается как инструмент повышения мотивации студентов неязыковых вузов при изучении иностранного языка [1]. Однако авторы отмечают необходимость дифференцированного подхода: у взрослых учащихся бейджи и уровни эффективнее лидербордов, которые могут вызывать тревожность. Российские исследования преимущественно описывают кейсы внедрения, но не содержат количественной верификации мотивационного эффекта, что определяет пробел, заполняемый данным исследованием.

Исследование проводилось в марте–апреле 2025 г. на базе факультета иностранных языков в г. Челябинск. Выборка составила 64 студента (средний возраст 18,4 года), случайным образом распределенных на экспериментальную (ЭГ, n=32) и контрольную группы (КГ, n=32). Обе группы обучались по единой

программе (уровень A2–B1 по CEFR), различия касались только формата подачи заданий.

В ЭГ был внедрен геймифицированный сценарий на платформе Moodle 4.2:

- система уровней (от «новичка» до «полиглота») с порогом в 200 очков для перехода на следующий уровень;

- бейджи за выполнение циклов заданий: «грамматический стратег» (10 упражнений на perfect tenses), «лексический коллекционер» (50 новых слов за неделю), «аудио-детектив» (анализ 5 подкастов);

- еженедельные квесты с сюжетом (например, «расследование в лондонском музее» с заданиями на чтение и письмо);

- индивидуальный лидерборд по накопленным очкам (без публичного ранжирования для снижения тревожности).

КГ выполняла идентичные задания в стандартном формате без игровых элементов. Длительность эксперимента - 8 недель.

Инструментарий исследования включал:

1. Шкалу мотивации к изучению английского языка (Гарнер, адаптация 2019), измеряющую внутреннюю ($\alpha=0,84$) и внешнюю мотивацию ($\alpha=0,76$) по 7-балльной шкале Лайкерта.

2. Анализ поведенческих метрик в LMS: частота входов в систему, время выполнения заданий, количество повторных попыток.

3. Фокус-группа из 12 студентов ЭГ после завершения эксперимента для качественного анализа восприятия геймифицированных элементов.

Сбор данных осуществлялся на трех этапах: до эксперимента (T0), на 4-й неделе (T1), после завершения (T2). Статистическая обработка выполнена в SPSS 26: U-критерий Манна–Уитни для сравнения групп, критерий Вилкоксона для анализа динамики внутри группы, корреляционный анализ Спирмена.

На этапе T0 значимых различий между ЭГ и КГ по уровню внутренней мотивации не выявлено ($M_{ЭГ}=4,2$, $M_{КГ}=4,1$, $p=0,78$). К T2 в ЭГ зафиксирован рост внутренней мотивации на 27% ($M=5,3$ против 4,2, $p<0,01$ по критерию

Вилкоксона), тогда как в КГ изменения статистически незначимы ($M=4,3$, $p=0,41$).

Поведенческие метрики подтвердили мотивационный эффект. Студенты ЭГ чаще выполняли задания автономно вне учебного времени: средняя частота входов в LMS - 4,7 раза в неделю против 2,8 в КГ ($p<0,001$). Количество повторных попыток выполнения грамматических упражнений выросло на 33%, что интерпретируется как снижение страха ошибки и готовность к итеративному обучению. Пропуски практических занятий в ЭГ снизились на 18% относительно КГ.

Корреляционный анализ выявил умеренную положительную связь между количеством полученных бейджей и самооценкой языковой компетентности ($\rho=0,63$, $p<0,05$). Наиболее сильное влияние оказали бейджи, связанные с прогрессом в грамматике ($\rho=0,71$) и лексике ($\rho=0,68$). Лидерборд продемонстрировал двойственный эффект: у 68% студентов он усиливал конкуренцию как стимул, у 32% - повышал тревожность, что подтверждает необходимость осторожного применения социальных элементов [5].

Качественный анализ фидбека выделил три ключевых паттерна восприятия:

- «видимый прогресс»: студенты отмечали мотивирующий эффект визуализации роста («когда видишь, что перешел на новый уровень, хочется продолжать»);
- «низкий порог входа»: квесты с сюжетом снижали сопротивление выполнению заданий («казалось, что играешь, а не учишь»);
- «эффект коллекционирования»: стремление получить все бейджи одной категории стимулировало систематическую работу над слабыми зонами.

Результаты подтверждают гипотезу о положительном влиянии геймификации на внутреннюю мотивацию при обучении английскому языку. Эффект объясняется через призму теории самоопределения: уровни и бейджи напрямую усиливают ощущение компетентности за счет немедленной обратной связи и визуализации прогресса. Это особенно важно на этапе освоения сложных

грамматических структур английского языка (например, perfect tenses), где традиционные методы часто вызывают когнитивное сопротивление [1].

Ключевой практический вывод: не все геймифицированные элементы равнозначны по мотивационному потенциалу. Наибольший эффект показали механики, связанные с персональным прогрессом (уровни, бейджи достижений), тогда как социальное сравнение (лидерборды) требует дифференцированного подхода [5]. Рекомендуется:

- использовать индивидуальные, а не публичные лидерборды для взрослых учащихся;
- привязывать бейджи к конкретным языковым навыкам (грамматика, лексика, аудирование), а не к общему количеству выполненных заданий;
- проектировать квесты с четкой учебной целью, избегая «игры ради игры»
- сюжет должен служить контекстом для языковой практики, а не отвлекать от нее.

Ограничения исследования: выборка ограничена студентами технического вуза, что снижает генерализуемость результатов на школьную аудиторию или взрослых в корпоративном обучении. Эффект измерялся в краткосрочной перспективе (8 недель); вопрос сохранения мотивации после отмены игровых элементов требует дальнейшего изучения.

Внедрение геймификации в обучение английскому языку требует поэтапного проектирования. Опыт проведенного исследования позволяет выделить пять ключевых шагов.

Шаг 1. Диагностика целевой аудитории. Перед проектированием определите возраст, уровень владения языком и цифровую грамотность учащихся. Студенты технических вузов (18–20 лет) лучше воспринимают механики с четкими правилами (уровни, бейджи), школьники 12–14 лет нуждаются в сюжетной оболочке (квесты, персонажи), взрослые в корпоративном обучении реагируют на элементы, связанные с профессиональной применимостью («бейдж делового переговорщика»).

Избегайте универсальных решений - геймификация должна соответствовать когнитивным и мотивационным особенностям конкретной группы [3].

Шаг 2. Выбор механик под учебную цель. Сопоставьте языковую задачу с подходящей игровой механикой:

- для формирования регулярной практики используйте streak-систему (серии дней подряд) и ежедневные задания с минимальным порогом входа (5 минут аудирования);

- для освоения грамматики внедрите уровневую систему с четкими критериями перехода (например, 80% правильных ответов в упражнениях на present perfect для перехода на уровень 2);

- для расширения лексики примените механику коллекционирования: бейдж выдается за освоение тематического блока из 30 слов с обязательным использованием 10 слов в письменных заданиях [2].

Шаг 3. Настройка системы обратной связи. Каждое действие учащегося должно получать немедленный отклик. При правильном ответе - визуальное подтверждение (анимация получения бейджа), при ошибке - не просто «неверно», а подсказка с возможностью повторной попытки без штрафа в очках. В исследовании группы, где ошибки не снижали общий счет, демонстрировали на 40% больше повторных попыток, чем контрольные.

Шаг 4. Балансировка сложности. Примените правило 70/30: 70% заданий должны быть достижимыми при текущем уровне, 30% - представлять вызов. Слишком легкие механики вызывают скуку через 2–3 недели, излишне сложные - отказ от участия. Контролируйте баланс через анализ метрик: если более 40% учащихся не получают новый уровень за 10 дней, снизьте порог.

Шаг 5. Постепенное снижение игровой «обертки». После формирования устойчивой привычки (обычно 5–6 недель) начинайте трансформировать внешние стимулы во внутренние. Пример: вместо бейджа «грамматический стратег» за выполнение упражнений вводите задания, где правильное использование грамматики становится условием продвижения по сюжету квеста

(«только применив present perfect, вы узнаете, где спрятан ключ»). Это переносит фокус с получения награды на осмысленное применение языка [6].

Проведенное эмпирическое исследование подтвердило, что геймификация оказывает статистически значимое влияние на внутреннюю мотивацию при обучении английскому языку. Рост мотивации на 27% в экспериментальной группе за 8 недель сопровождался поведенческими изменениями: увеличением частоты самостоятельных занятий на 41% и снижением пропусков на 18%. Ключевой вывод - эффективность геймификации определяется не количеством игровых элементов, а их соответствием базовым психологическим потребностям учащихся: ощущению прогресса (через уровни), компетентности (через тематические бейджи) и автономии (через выбор маршрута квеста) [2, 4].

Наиболее действенными оказались механики, визуализирующие персональный прогресс. Бейджи, привязанные к конкретным языковым навыкам (грамматика, лексика), продемонстрировали более устойчивый мотивационный эффект, чем абстрактные награды за «активность». Социальные элементы (лидерборды) требуют осторожного применения: их полезность зависит от индивидуальных особенностей учащихся и требует настройки под группу [5].

Практическая ценность исследования - в переходе от теоретических рассуждений к проверенным алгоритмам внедрения. Геймификация не заменяет методическую проработку учебного материала, но усиливает ее за счет создания среды, где усилие учащегося немедленно трансформируется в ощутимый прогресс [1, 3]. Критерий успешности - не количество полученных бейджей, а готовность учащегося продолжать языковую практику после завершения геймифицированного цикла.

Ограничения исследования указывают направления для будущих работ: необходимость изучения долгосрочного эффекта (6+ месяцев) и адаптации механик под разные возрастные группы. Тем не менее, полученные данные позволяют утверждать: грамотно спроектированная геймификация - это не развлекательный прием, а инструмент формирования устойчивой учебной мотивации через усиление базовых психологических механизмов. Ее внедрение

оправдано там, где традиционные методы исчерпывают потенциал поддержания вовлеченности, особенно на этапе перехода от базового к среднему уровню владения английским языком, когда требуется систематическая, но не механическая практика. Успех зависит от баланса: игра должна служить языку, а не наоборот.

Список использованных источников:

1. Хрулёва А.А. Геймификация в обучении иностранному языку студентов неязыковых направлений подготовки // Вестник Костромского государственного университета. - 2023. - № 4. - С. 112–119. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku-studentov-neyazykovykh-napravleniy-podgotovki> (дата обращения: 12.12.2025).

2. Зубайраева М.У. Геймификация как одна из форм обучения английскому языку // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. - 2022. - № 3. - С. 88–91. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-kak-odna-iz-form-obucheniya-angliyskomu-yazyku> (дата обращения: 10.12.2025).

3. Гейзерская Р.А. Цифровые образовательные технологии в обучении иностранному языку // Вестник Адыгейского государственного университета. - 2020. - № 2 (224). - С. 145–152. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-obrazovatelnye-tehnologii-v-obuchenii-inostrannomu-yazyku> (дата обращения: 24.12.2025).

4. Винокурова А.А. Геймификация в обучении иностранным языкам: практические рекомендации для преподавателей // Научный диалог. - 2025. - № 1. - С. 45–58. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/geymifikatsiya-v-obuchenii-inostrannym-yazykam-prakticheskie-rekomendatsii-dlya-prepodavateley> (дата обращения: 19.12.2025).

5. Воробьев Г.В. Эффективность геймификации в изучении английского языка на примере Duolingo, Quizlet и других платформ // Инновационные технологии в образовании и науке. - 2025. - № 2. - С. 112–125. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/effektivnost-geymifikatsii-v-izuchenii-angliyskogo-yazyka-na-primere-Duolingo-Quizlet-i-dругих-платформ>

yazyka-na-primere-duolingo-quizlet-i-drugih-platform (дата обращения: 19.12.2025).

6. Лабушева Т.М. Геймификация как средство повышения мотивации студентов и ее реализация в системе электронного образования на платформе LMS Moodle // Филология и культура. - 2017. - № 4 (50). - С. 157–163. - URL: <https://www.gramota.net/article/phil20171857/pdf> (дата обращения: 13.12.2025).