

Научная статья

УДК 373

DOI 10.52070/2500-3488_2022_3_844_70



Развитие социокультурной компетенции при помощи геймификации в начальной школе

Д. А. Решетов^{1,2}

¹ГАОУ «Школа № 1518», Москва, Россия

²Московский государственный лингвистический университет
reshetovdma@gmail.com

Аннотация. В статье освещается роль применения геймификации на уроках испанского языка как второго иностранного в начальной школе с целью развития социокультурной компетенции. Особая роль отводится использованию игровых элементов для введения базовых культурных понятий. В статье приводится ряд упражнений, используемых для развития социокультурной компетенции, а также речевых умений и навыков. Автор предлагает внедрять элементы геймификации как эффективный метод развития социокультурной компетенции в процесс начального обучения второму иностранному языку.

Ключевые слова: геймификация, гейм-дизайн, социокультурная компетенция, начальная школа, второй иностранный язык

Для цитирования: Решетов Д. А. Развитие социокультурной компетенции при помощи геймификации в начальной школе // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Образование и педагогические науки. 2022. Вып. 3(844). С. 70–75. DOI 10.52070/2500-3488_2022_3_844_70

Original article

Development of Sociocultural Competence through Gamification in Primary School

Dmitry A. Reshetov^{1,2}

¹School № 1518, Moscow, Russia

²Moscow State Linguistic University
reshetovdma@gmail.com

Abstract. The article deals with the role of gamification used in the lessons of Spanish as a second foreign language in primary school with the aim of developing sociocultural competence. A special focus is given to the use of game elements to introduce basic cultural concepts. The article provides a number of exercises meant to develop sociocultural competence, as well as language skills. In conclusion, the article suggests introducing elements of gamification as an effective method of developing sociocultural competence in the process of teaching a second foreign language to primary school learners.

Keywords: gamification, game design, sociocultural competence, primary school, second foreign language

For citation: Reshetov, D. A. (2022) Development of sociocultural competence through gamification in primary school. Vestnik of Moscow State Linguistic University. Education and Teaching, 3(844), 70–75. 10.52070/2500-3488_2022_3_844_70

ВВЕДЕНИЕ

Содержание школьной программы постоянно расширяется, тогда как количество часов, отводимых на образовательную дисциплину, остается неизменным, а в некоторых случаях может уменьшаться. В то же время, по справедливому утверждению ответственного методиста З. Н. Никитенко, «важно иметь в виду, что результатом начального иноязычного образования может быть и ухудшение эмоционального здоровья ученика, и стойкое отсутствие интереса к языку», в связи с чем нужно «вносить необходимые коррективы в образовательный процесс с целью создания комфортных условий для успешности ученика и повышения качества иноязычного образования» [Никитенко, 2020, с. 16]. В сложившейся ситуации среди преподавателей назрела потребность в применении нового метода, благодаря которому станет возможно изучить все темы за ограниченное время, но без потери качества.

Согласно ФГОС, дети начинают изучать первый иностранный язык в возрасте 7–8 лет (2-й класс начальной школы). В некоторых общеобразовательных учреждениях преподавание второго иностранного языка начинается в 3-м классе, но в рамках системы дополнительного образования, где на изучение дисциплины отводится 2 часа в неделю. В настоящей статье рассматривается применение геймификации на уроках испанского языка как второго иностранного в системе дополнительного образования с целью развития социокультурной компетенции у обучающихся начальной школы.

Исследование эффективности указанного метода обучения проводилось среди учащихся 4-го класса в возрасте 9–11 лет, изучающих испанский язык второй год и имеющих базовое представление о языке. Нами была разработана игра на основе известной саги о Гарри Поттере. Тему игры обучающиеся выбрали в рамках заранее проведенного опроса, в котором приняли участие 150 детей (из них 82 % указали в анкетах именно эту серию книг и основанных на них фильмов). Место действия и другие культурные компоненты игрового сценария были изменены для адаптации их под культурные реалии изучаемого (испанского) языка.

Основной целью детей было дойти до конца игры (выполнить финальную миссию). Для достижения поставленной цели им были предложены упражнения на развитие умений в четырех видах речевой деятельности (в чтении, аудировании, письме и говорении), направленные, в первую очередь, на формирование социокультурной компетенции, поскольку во все задания была интегрирована информация о странах изучаемого языка.

Данная информация помогала обучающимся лучше понимать сюжетную линию, а также успешно выполнять миссии (под миссией мы подразумеваем задание, которое необходимо выполнить игроку для достижения поставленной цели – победы) и продвигаться в игре к ее логическому окончанию.

ПОНЯТИЯ ИГРЫ И ГЕЙМИФИКАЦИИ

Для того чтобы дать определение понятию геймификации, прежде всего, необходимо разобраться в происхождении данного термина. Термин «геймификация» (*gamification*) пришел в русский язык из английского; он происходит от слова *game* – «игра».

Одни из самых первых игр, сохранившиеся по сей день, восходят к IV тысячелетию до нашей эры. Местом их происхождения считается Египет. Прежде всего, они использовались взрослыми для развлечения в свободное время. Стоит также отметить, что у многих древних цивилизаций, например, Китайской, Японской, Шумерской были найдены свои игры [Marín, 2018].

В словаре С. И. Ожегова, наряду с похожим определением («занятие, служащее для развлечения, отдыха, спортивного соревнования»), находим следующее: «Создание типичных для профессии ситуаций и нахождение в них практических решений» [Ожегов, 2019, с. 503]. Здесь появляется более общий аспект моделирования, присущий, в первую очередь, профессиональной деятельности.

Следует отметить, что в обоих толкованиях подразумевается некая деятельность («занятие», «создание ситуаций»), имеющая определенную цель («развлечение», «укрепление здоровья», «нахождение практических решений»). В полной мере деятельностный подход к трактовке указанного понятия реализуется в книге «Психология игры» известного советского психолога Д. Б. Эльконина: «Игра – это такая деятельность, которая воссоздает социальные отношения между людьми вне условий непосредственно утилитарной деятельности» [Эльконин, 1999, с. 21].

В настоящей работе мы будем рассматривать концепт игры с позиции такого вида деятельности, как современный гейм-дизайн. Одними из первых гейм-дизайнеров, внесших значительный вклад в формирование игровой индустрии, были Эрик Циммерман и Раф Костер. В своих трудах Э. Циммерман дает следующее определение термину: «Игра – это система, в которой игрок вступает в искусственно созданный конфликт, определенный правилами, которые в результате имеют итог, поддающийся количественному определению» [Salen, Zimmerman, 2004, с. 81]. Системой

взаимосвязанных элементов, возникающих в ее «пространстве», называет игру и Карл Капп, автор книги «The Gamification Learning Instruction» [Kapp, 2012].

В отличие от Циммермана еще один специалист в области геймификации Р. Костер делает акцент на взаимодействии игроков с системой или между собой, а также на эмоциональную реакцию, вызванную ходом игры или ее окончанием, описывая игру как «систему, в которой игроки берутся решить некую абстрактную проблему – вызов, определенную правилами, интерактивностью и обратной связью, которая в результате имеет итог, поддающийся количественному определению и часто вызывающий эмоциональную реакцию» [Koster, 2005, с. 34].

Существует значительное различие между понятиями «игра» и «геймификация» (в отечественной методике часто применяется термин «игрофикация» [Орлова, Титова, 2015]). Игра в широком понимании воспринимается как вид деятельности, направленный на получение удовольствия, зачастую противопоставляющийся любой другой «важной, значимой деятельности, которая может принести определённый результат, положительно воспринимаемый обществом» [Marín, 2018, с. 32]. Во многих случаях участникам процессов, приносящих общественно-одобряемый результат, не всегда просто заставить себя делать что-либо в рамках определенного задания и получать удовольствие от самого процесса.

В отличие от игры геймификация предполагает сепаратное использование ее элементов. Известная гейм-дизайнер, специализирующаяся на создании игровых сообществ, Эми Джо Ким (Amy Jo Kim) предлагает рассматривать геймификацию как «применение игровых элементов, позволяющее сделать определенное задание более интересным, увлекательным и занимательным» [Kim, 2018, с. 185]. Этой же точки зрения придерживается Гейб Цихерман, один из ведущих мировых экспертов по разработке стратегий взаимодействия, трактует геймификацию как «процесс применения игрового мышления и механики (игровая механика – совокупность правил, описывающих функционирование игры) вне игрового контекста для вовлечения людей, изменения их типа поведения, а также решения поставленной проблемы» [Zichermann, 2016].

Имма Марин, исследующая применение элементов игры в обучении, рассматривает данное понятие более подробно. Марин считает, что геймификация это – понимание и владение элементами, которые делают игры привлекательными для нас, и возможность идентифицировать, внутри

некоего задания в неигровом контексте те элементы, которые могут быть преобразованы в игровые [Marín, 2018]. Данные знания и умение их применить необходимы для того, чтобы достичь компромисса с обучающимися, способствовать формированию определенного поведения и мотивации к обучению, иначе говоря – значимого опыта.

Известно, что существуют внутренние и внешние факторы, влияющие на мотивацию. Педагог может использовать оценку как инструмент внешней мотивации, но данный вид не будет эффективен ввиду своей краткосрочности. Ученик нередко воспринимает получение положительной оценки как возможность избежать конфликта с родителями и позиционировать себя в детском коллективе. Говоря о внутренней мотивации, следует иметь в виду гораздо большую сложность ее формирования. Педагог может завладеть вниманием учащегося, подобрав значимые и интересные для ребенка материалы, но в рамках работы с целым классом мы понимаем, что некоторые дети заинтересованы не будут. Один из возможных способов мотивировать ученика на выполнение сложной и, возможно, скучной (в его понимании) задачи – это применение геймификации, то есть использование элементов игры, традиционно воспринимаемых положительно. К. Капп считает, что правильно применяемые элементы игры способны вовлечь учащегося в образовательный процесс, донести до него необходимую информацию и получить результат [Kapp, 2012].

Таким образом, мы видим, что понятие «геймификация» и термин «игра» не равнозначны. Игра – это абстрактная система, в которой игрок выполняет поставленную задачу согласно правилам и в рамках отведенной ему роли, в то время как геймификация предполагает использование ряда игровых элементов для осуществления профессиональной деятельности с целью повышения уровня вовлеченности и мотивации, а также для формирования восприятия выполнения данной задачи как нескучной и не рутинной.

ЭЛЕМЕНТЫ ИГРЫ В ГЕЙМИФИКАЦИИ

Говоря о геймификации, многие гейм-дизайнеры выделяют разные параметры – игровые элементы, важные для создания успешной игры, однако в большинстве случаев они сходятся во мнении относительно четырех игровых элементов, имеющих первоочередное значение: игровая механика, история, игровая эстетика и технология [Chou, 2015; Kapp, 2012; Macklin, Sharp, 2016; Shell, 2020]. В настоящей статье мы будем говорить об истории – сюжетной

линии, ее основных составляющих и разных приемах, которые были использованы для создания игры.

Основным средством для раскрытия истории считается сторителлинг (storytelling) [Chou, 2015]. Это широко применяемая техника, которая помогала человечеству передавать знания в форме историй на протяжении многих веков. Создание истории является одним из важнейших игровых элементов геймификации, позволяющих вовлечь учащихся в определенную деятельность, поддерживать их интерес, вводить необходимую новую информацию и закреплять ее. Все это позволяет превратить игру в значимый для ребенка вид деятельности.

Любая история строится на введении игрока в рассказ, кульминации истории и ее концовки. В игровой индустрии эта динамика называется путешествием героя (The Hero's Journey) [Karr, 2012]. В нашей игре каждый учащийся получает письмо из Хогвартса, в котором сообщается о его зачислении в школу магии волшебства. Его первая задача – добраться до школы. Вначале, по сюжетной линии, игрок неохотно принимается за решение данной задачи, полной неизвестностей, но вскоре его отношение к происходящему меняется, поскольку он постепенно приступает к выполнению различных миссий, которые с каждым действием все больше погружают его во вселенную игры. Именно достижение и развитие являются движущей мотивационной составляющей поведения обучающихся [Karr, 2012].

Цель игры придает определенную форму и смысл действиям обучающихся, пытающихся добраться до Хогвартса [Macklin, Sharp, 2016]. Постепенно вводится новая информация о стране и ее жителях, в данном случае – об Испании, чтобы у детей сложилась общая картина происходящего. Удержание и запоминание новой информации требовало от них значительных усилий. Важно отметить, что именно эти данные помогали проходить игру.

Принимая во внимание возраст игроков и осознавая тот факт, что достижение какой-либо цели для них не всегда очевидно, «спасительным» игровым элементом стала постоянная обратная связь, позволяющая обучающимся ориентироваться в игре и оценивать правильность своих действий. Обратная связь должна быть обильной (Робин Ханике определяют обратную связь как *juicy*), обладая всеми характеристиками, вкладываемыми в этот термин [Hunnicke, URL].

Новые лексические единицы, грамматические правила и культурные элементы вводились в игру постепенно как часть единого целого, помогая поддерживать развитие истории. Языковые и коммуникативные упражнения были разработаны

в соответствии с требованиями, предъявляемыми к уровню A1, согласно Общеввропейской шкале компетенций владения иностранным языком. Принимая во внимание уровень владения испанским языком у обучающихся, сюжетная линия была построена таким образом, чтобы они были способны ее понять, приложив определенные усилия. Мы посчитали необходимым использование родного языка для передачи определенных этапов развития сюжета, таким образом, нам удалось сохранить их мотивацию и интерес.

Любая игра начинается с создания своего персонажа, который будет представлять игрока на протяжении всей игры. Нам было важно, чтобы у детей появилось ощущение своей принадлежности к игре и причастности к чему-то большому. Создание своего героя – первый и один из самых важных этапов в любой игре. Именно на этом этапе у игроков создается ощущение, что они обладают чем-то ценным, ради чего они готовы прилагать большие усилия.

Ученикам был представлен опросник на испанском языке. Их задачей было ответить на следующие вопросы:

- ¿Cómo te llamas? («Как тебя зовут?»);
- ¿Cómo te apellidas? («Как твоя фамилия?»);
- ¿De dónde eres? («Откуда ты?»);
- ¿Dónde vives? («Где ты живешь?»)
- ¿Cuándo es tu cumpleaños? («Когда у тебя день рождения?»)
- ¿Cómo es tu familia? («Какая у тебя семья?»)
- ¿Cómo eres? («Как ты выглядишь?»)
- ¿De qué casa eres? («С какого ты факультета (букв. дома)»)?

Для заполнения некоторых пунктов ученикам были выданы варианты ответов – список имен и фамилий, существующих в Испании, в том числе в Галисии и Стране Басков (см. табл. 1).

При ответе на первые два вопроса обучающиеся впервые сталкиваются с фактом наличия у испанцев двойной фамилии и возможного двойного имени, что в последнее время становится всё более редким явлением на территории королевства. В предложенном списке имен и фамилий они также могут найти имена и фамилии галисийцев, басков и испанцев. Мы решили выбрать разные регионы страны, чтобы продемонстрировать ее языковое разнообразие. Ученики также имели возможность прослушать их звучание, чтобы выбрать те, которые им больше всего понравились. На последующих занятиях мы использовали только игровые имена и фамилии.

Таблица 1

ИСПАНСКИЕ ИМЕНА И ФАМИЛИИ

Имена женские	Alba, Carmen, Paula, Elena, Marisa, Paloma
Имена мужские	Hugo, Pablo, Álvaro, Mario, Manuel, Javier
Фамилии	García, Fernández, González, Rodríguez, López, Jiménez, Ruiz, Navarro, Torres, Vázquez
Имена женские	Antía, Áine, Celtia, Uxia, Sabela
Имена мужские	Xandre, Brais, Caetano, Odón, Roi
Фамилии	Souto, Piñeiro, Barreiro, Freire, Mosquera, Portela, Lema, Fraga, Lago, Ferreiro
Фамилии	Clía, Eira, Ilse, Nakia, Nia, Zuri
Имена женские	Aitor, Ander, Gorka, Guren, Iñaki, Iñigo
Имена мужские	Alzogaray, Gorriti, Lavalle, Virasoro, Uriburu, Zelaya, Arismendi, Arratia, Axpe, Aznar, Bengoa

При ответе на четвертый вопрос обучающиеся выбирают страну своего происхождения и тот город, в котором проживает их персонаж. В ранее пройденном материале были названия некоторых испаноязычных стран и городов, мы дополнили этот список, также предусмотрев возможность свободного выбора, при котором ученики могли бы написать любую страну и город. Результат создания своего персонажа представлен в виде профиля (см. рис. 1).

С самого первого урока обучающиеся начали свое путешествие по Испании, открывая для себя географию и культуру страны. Постепенно они переходили от более простых элементов (географии) к более сложным (культурные особенности). Все задания были созданы, исходя из уровня владения иностранным языком, а также из знания родного языка и культуры.

В итоге у детей начало складываться представление о стране, язык которой они изучают. В ходе игры у обучающихся была возможность сравнить две культуры – родную и страны изучаемого языка.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках нашего исследования нам удалось достичь поставленную цель – создать у учеников начальной школы базовое представление о стране изучаемого (испанского) языка, что, на наш взгляд, свидетельствует об эффективности применения геймификации в начальной школе, учитывая



Рис. 1. Профиль ученика 4-го класса

лингводидактические условия ее применения: особенности курса дополнительного образования, проведение занятий во второй половине дня после основных уроков, ограниченное количество учебных часов (2 часа один раз в неделю).

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Kapp K. M. The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for education. San Francisco, CA: John Wiley & Sons, Inc., 2012.
2. Marín I. Jugamos, Paidós Educación, 2018.
3. Salen K., Zimmerman E. Rules of play: Game design fundamentals. MIT Press, 2004.
4. Macklin C., Sharp J. Games, design, and play. Pearson Education, Inc., 2016.
5. Никитенко З. Н. Мониторинг качества иноязычного образования в начальной школе // Иностранные языки в школе. 2020. № 11. С. 13–18.
6. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка / под общ. ред. Л. И. Скворцова. М.: Мир и образование, 2019.
7. Орлова О. В., Титова В. Н. Геймификация как способ организации обучения // Вестник Томского государственного педагогического университета. 2015. № 9(162). С. 60–63.
8. Эльконин Д. Б. Психология игры. М.: Владос. 1999.
9. Chou Ju-Kai. Actionable Gamification. Octalysis Media. 2015.
10. Kim A. J. Game thinking: Innovate smarter & drive deep engagement with design techniques from hit games, game thinking. 2018.
11. Koster R. A theory of fun for game design. O'Reilly Media. 2005.
12. Shell J. The art of game design: A book of lenses. CRC Press, Taylor & Francis Group. 2020.
13. Zichermann G. Fun is the future: Mastering gamification. Google tech talk. 2016. URL: <https://talks.ui-patterns.com/videos/fun-is-the-future-mastering-gamification> (дата обращения: 02.03.2022).
14. Hunicke, R. The UX of gameplay // UxWeek. 2009. URL: <http://vimeo.com/6984481> (дата обращения: 02.03.2022).

REFERENCES

1. Kapp, K. M. (2012). The gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for education. San Francisco, CA: John Wiley & Sons, Inc.
2. Marín, I. (2018). Jugamos = We play. Paidós Educación. (In Span.)
3. Salen, K., Zimmerman, E. (2004). Rules of play: Game design fundamentals. MIT Press.
4. Macklin, C., Sharp, J. (2016). Games, design, and play. Pearson Education, Inc.
5. Nikitenko, Z. N. (2020). Monitoring kachestva inoyazichnogo obrazovania v nachal'noy shkole = Monitoring the quality of foreign language education in primary school. Foreign languages in school, 11, 13–18. (In Russ.)
6. Ozhegov, S. I. (2019). Tolkovyj slovar' russkogo jazyka = Explanatory dictionary of the Russian language. Skvorcova L. I. (Ed). Moscow: Mir i obrazovanie. (In Russ.)
7. Orlova, O. V., Titova, V. N. (2015). Gamification as a way of learning organization. Vestnik Tomsk State Pedagogical University, 9(162), 60–64. (In Russ.)
8. Elkonin, D. B. (1999). Psihologiya igri = The psychology of playing. (In Russ.)
9. Chou, Ju-Kai. (2015). Actionable Gamification. Octalysis Media.
10. Kim, A. J. (2018). Game thinking: Innovate smarter & drive deep engagement with design techniques from hit games, game thinking.
11. Koster, R. (2005). Theory of fun for game design. O'Reilly Media.
12. Shell, J. (2020). The art of game design: A book of lenses. CRC Press, Taylor & Francis Group.
13. Zichermann, G. (2016). Fun is the future: Mastering gamification. Google tech talk. <https://talks.ui-patterns.com/videos/fun-is-the-future-mastering-gamification>
14. Hunicke, R. (2009). The UX of gameplay. UxWeek. <http://vimeo.com/6984481>

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Решетов Дмитрий Александрович

аспирант кафедры лингводидактики Московского государственного лингвистического университета, учитель испанского и английского языка, «Школа № 1518»

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Reshetov Dmitry Alexandrovich

Post-graduate student of the Department of Linguadidactics, Moscow State Linguistic University, teacher of English and Spanish languages, School № 1518

Статья поступила в редакцию 01.04.2022
одобрена после рецензирования 25.04.2022
принята к публикации 10.06.2022

The article was submitted 01.04.2022
approved after reviewing 25.04.2022
accepted for publication 10.06.2022