

Київський столичний університет імені Бориса Грінченка  
Факультет журналістики  
Кафедра міжнародної журналістики

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
Проректор з науково-педагогічної  
та навчальної роботи  
\_\_\_\_\_ О.Б. Жильцов  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Гейміфікація в медіа

для студентів

рівня вищої освіти першого (бакалаврського)

вибіркова навчальна дисципліна

Київ – 2025

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА  
Код ЄДРПОУ 45307965  
Програма № 1896/25  
Начальник відділу моніторингу якості освіти  
Глиссид  
(підпис) (підпис, печатка)  
« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025

**Розробники:**

Гондюл Олександра Дмитрівна, викладач кафедри міжнародної журналістики

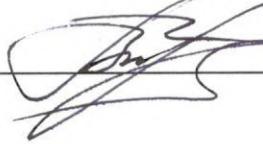
**Викладачі:**

Гондюл Олександра Дмитрівна, викладач кафедри міжнародної журналістики

**Робочу програму розглянуто і затверджено на засіданні кафедри міжнародної журналістики Факультету журналістики**

Протокол від «27» серпня 2025 року № 1

Завідувач кафедри \_\_\_\_\_



Віталій ТЕРЕЩУК

**Робочу програму перевірено**

\_\_\_\_\_ . \_\_\_\_\_ . 2025 р.

Заступник декана \_\_\_\_\_



Роксолана ДЬЯЧЕНКО

**Пролонговано:**

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_). «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_). «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_). «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

на 20\_\_/20\_\_ н.р. \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_\_). «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р., протокол №\_\_

## 1. ОПИС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Найменування показників	Характеристика дисципліни за формами навчання
	денна
Вид дисципліни	вибіркова
Мова викладання, навчання та оцінювання	українська
Загальний обсяг кредитів / годин	4 / 120
Курс	2
Семестр	3 або 4
Кількість змістових модулів за розподілом	4
Обсяг кредитів	4
Обсяг годин, в тому числі:	120
<i>Аудиторні</i>	56
<i>Модульний контроль</i>	8
<i>Семестровий контроль</i>	
<i>Самостійна робота</i>	56
Форма семестрового контролю	залік

## 2. МЕТА ТА ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Дисципліна «Гейміфікація в медіа» орієнтована на вивчення застосування ігрових механік та принципів у медіа, з метою підвищення залученості аудиторії, створення інноваційних журналістських матеріалів та формування унікальних медіапродуктів. Курс поєднує елементи геймдизайну, журналістики, комунікацій, дизайну вражень, поведінкової економіки та освітніх технологій, що дозволяє студентам оволодіти сучасними методами створення інтерактивного контенту та інноваційних форм медіа.

**Предметом** вивчення навчальної дисципліни є теорія та практика гейміфікації в медіа, включаючи розробку гейміфікованих медіаматеріалів, створення освітніх настільних медіаігор, аналіз кейсів новинних ігор, а також вивчення впливу гейміфікації на аудиторію.

**Метою** викладання навчальної дисципліни «Гейміфікація в медіа» є підготовка фахівців, здатних розробляти та впроваджувати гейміфіковані медіапродукти, використовувати ігрові технології для висвітлення соціально важливих тем, а також оцінювати вплив ігрових елементів на споживачів інформації.

Основними завданнями вивчення дисципліни «Гейміфікація в медіа»:

- ознайомити студентів із основними принципами гейміфікації та її застосуванням у медіаіндустрії;
- навчити створювати інтерактивні медіапродукти, використовуючи ігрові механіки та принципи дизайну вражень;
- надати знання про процеси геймрозробки, включаючи етапи створення ігор, елементи геймплею та дизайну вражень;
- дослідити поведінкові аспекти гейміфікації та її вплив на споживачів медіапродуктів;
- розвинути навички розробки освітніх настільних ігор, що висвітлюють соціально-політичні чи суспільно важливі теми;
- забезпечити аналіз та обговорення успішних кейсів гейміфікації в медіа, новинних ігор та інших прикладів інтерактивного контенту;
- формувати розуміння ролі гейміфікації у сучасному медіапросторі та її потенціалу для створення інноваційних журналістських матеріалів.

### 3. РЕЗУЛЬТАТИ НАВЧАННЯ ЗА ДИСЦИПЛІНОЮ

Під час практичних занять та самостійної роботи передбачається набуття студентами **комплексу умінь і навичок**.

У результаті вивчення навчальної дисципліни **студент повинен**

*Знати:*

- основні принципи гейміфікації та її застосування в медіа;
- етапи та елементи процесу геймрозробки, включаючи дизайн вражень;
- методи інтеграції гейміфікованих елементів у журналістські матеріали та інші медіапродукти;
- особливості поведінкової економіки в контексті гейміфікації та її впливу на аудиторію;
- ключові принципи створення прикладних настільних ігор та їх застосування для вирішення соціально важливих проблем;
- успішні кейси та приклади використання гейміфікації в медіа та новинних іграх.

*Уміти:*

- розробляти медіаматеріали з використанням ігрових технологій, що підвищують залученість та інтерес аудиторії;
- створювати концепції та прототипи гейміфікованих матеріалів, використовуючи принципи дизайну вражень;
- проектувати та розробляти прикладні настільні ігри, що висвітлюють соціально-політичні або суспільно важливі теми;
- оцінювати вплив гейміфікованих елементів на поведінку та сприйняття аудиторії, використовуючи принципи поведінкової економіки;
- аналізувати та адаптувати успішні практики гейміфікації в медіа для створення власних медіапродуктів;
- впроваджувати новітні підходи до інтерактивного контенту, враховуючи етичні та соціальні аспекти гейміфікації.

#### 4. СТРУКТУРА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Назва змістових модулів, тем	Усього	Розподіл годин між видами робіт					Самостійна
		Аудиторні:					
		Лекції	Семінари	Практичні	Лабораторні	Індивідуальні	
<b>Змістовий модуль 1</b>							
<b>Основи гейміфікації в медіа</b>							
Тема 1. Історія та ключові концепції гейміфікації в медіа	22	4		8			10
<i>Модульний контроль</i>	2						
<b>Разом</b>	<b>24</b>	<b>4</b>		<b>8</b>			<b>10</b>
<b>Змістовий модуль 2</b>							
<b>Проектування гейміфікованих медіаматеріалів</b>							
Тема 2. Процес створення гейміфікованих медіапродуктів та інтерактивного контенту	29	4		10			15
<i>Модульний контроль</i>	2						
<b>Разом</b>	<b>31</b>	<b>4</b>		<b>10</b>			<b>15</b>
<b>Змістовий модуль 3</b>							
<b>Гейміфікація для соціальних і політичних тем</b>							
Тема 3. Інтерактивний підхід до висвітлення суспільно важливих тем через новинні ігри	29	6		8			15
<i>Модульний контроль</i>	2						
<b>Разом</b>	<b>31</b>	<b>6</b>		<b>8</b>			<b>15</b>
<b>Змістовий модуль 4</b>							
<b>Інновації та етика в гейміфікації медіаконтенту</b>							
Тема 4. Технологічні інновації та етичні виклики гейміфікації в сучасних медіа	32	6		10			16
<i>Модульний контроль</i>	2						
<b>Разом</b>	<b>34</b>	<b>6</b>		<b>10</b>			<b>16</b>
<b>РАЗОМ</b>	<b>120</b>	<b>20</b>		<b>36</b>			<b>56</b>

## 5. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

### Змістовий модуль 1 Основи гейміфікації в медіа

#### Тема 1. Історія та ключові концепції гейміфікації в медіа

##### *Лекція 1. Основи гейміфікації: історія, методи та виклики*

Історичний розвиток концепції гейміфікації. Еволюція гейміфікації від простих ігрових механік до комплексних систем. Вплив гейміфікації на різні галузі, включаючи медіа. Основні цілі гейміфікації в медіа: залучення аудиторії, підвищення інтересу до контенту, створення інтерактивного досвіду. Психологічні аспекти гейміфікації та її зв'язок з поведінковою економікою. Механіки гейміфікації: бали, рівні, значки, рейтинги та їх роль у мотивації користувачів. Різновиди гейміфікаційних методів: змагання, кооперація, виклики. Виклики впровадження гейміфікації: технічні бар'єри, критика маніпуляційного аспекту, етичні та соціальні проблеми. Приклади застосування гейміфікації у світових медіа. Тенденції розвитку гейміфікації в медіаіндустрії.

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 3, 4, 6, 8; додаткові — 1, 2, 4, 9, 10.*

##### *Лекція 2. Основні ігрові механіки у медіа та їх вплив на аудиторію*

Огляд основних ігрових механік, застосовуваних у медіа. Вплив ігрових механік на емоції користувачів. Типи ігрових механік: змагання, співпраця, збирання ресурсів, інтерактивні квести. Механіки індивідуалізованого досвіду для користувачів. Вибір ігрових елементів залежно від цільової аудиторії та теми. Створення інтерактивних історій, які підтримують увагу користувачів. Використання рейтингових систем і таблиць лідерів для підвищення залученості. Приклади успішних проєктів з використанням конкретних механік. Психологічний вплив інтерактивних механік на поведінку та мотивацію аудиторії. Оцінка ефективності кожної механіки для досягнення медійних цілей.

*Рекомендовані джерела: основні — 3, 4, 6, 8, 10; додаткові — 3, 5, 7, 8, 9.*

#### *Практичне завдання 1. Ретроспектива вражень: аналіз медіа з минулого*

Вибір медіапродукту, створеного до 2000 року (стаття, реклама, фільм). Аналіз емоційного впливу медіапродукту на аудиторію свого часу. Визначення візуальних та контентних елементів, що впливали на емоції споживачів. Аналіз відповідності обраного продукту стандартам економіки вражень. Опис пропозицій щодо модернізації продукту для сучасної аудиторії. Оновлення візуального стилю відповідно до сучасних трендів. Додавання інтерактивних елементів для підвищення залученості. Впровадження ігрових механік у контент для створення гейміфікованого досвіду. Розробка плану модернізації, спрямованого на актуальні емоційні потреби аудиторії. Обґрунтування запропонованих змін з точки зору залучення сучасних користувачів.

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 4, 6, 8; додаткові — 3, 5, 7, 9.*

### ***Практичне завдання 2. Перетворення фільмів та книг на суспільно значущі тематики в ігри***

Вибір фільму або книги, які нетипові для перетворення у гру (драма, філософський роман тощо). Розробка концепції гри, заснованої на ключових темах обраного твору. Формулювання назви гри, що відображає суть першоджерела. Вибір основного формату гри (онлайн, мобільна, настільна) та обґрунтування вибору. Визначення основної ігрової механіки, що передаватиме емоції та повідомлення твору. Підбір ігрових елементів, що відповідають жанру та наративу оригінального матеріалу. Створення ігрових завдань, що підсилюють драматичний або філософський наратив. Формування сценарію гри з елементами вибору, що впливають на сюжет. Оцінка впливу створеного ігрового досвіду на цільову аудиторію.

*Рекомендовані джерела: основні — 5, 6, 8, 10; додаткові — 2, 4, 6, 8, 10.*

### ***Практичне завдання 3. Дизайн емоційного ландшафту медіа***

Вибір новинного порталу або іншого медіа з сайтом та рубриками. Аналіз аудиторії медіаплатформи та її емоційних потреб. Визначення емоційного ландшафту кожної секції сайту (головна, політика, культура, спорт). Оцінка поточного емоційного впливу різних розділів сайту. Визначення цільових емоцій для кожної рубрики з урахуванням аудиторії. Розробка пропозицій щодо змін у дизайні та структурі контенту для досягнення бажаних емоцій. Запропоновані зміни в дизайні для підвищення довіри, захоплення, натхнення тощо. Створення ідеї медіапродукту (стаття, відео, подкаст), що викликає цілеспрямовану емоцію (радість, ностальгію, цікавість). Підбір елементів дизайну вражень (візуальні, аудіальні, текстові), що формують емоційний ефект.

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 3, 6, 7; додаткові — 2, 5, 7, 9, 10.*

### ***Практичне завдання 4. Аналіз світових та українських кейсів гейміфікованих матеріалів***

Збір 5–10 медіаматеріалів на суспільно важливі теми з ігровими елементами. Розробка формату опису для кожного кейсу (назва, тема, посилання). Визначення ігрових елементів у кожному матеріалі та їх призначення. Оцінка впливу використаних ігрових елементів на аудиторію. Порівняльний аналіз українських та світових кейсів. Формування висновків щодо ефективності гейміфікації в контексті суспільно важливих тем.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 3, 6, 8; додаткові — 1, 3, 5, 7, 8.*

## **Змістовий модуль 2**

### **Проектування гейміфікованих медіаматеріалів**

#### **Тема 2. Процес створення гейміфікованих медіапродуктів та інтерактивного контенту**

##### ***Лекція 3. Структура гейміфікованих медіапроектів***

Основи проектування гейміфікованих медіапроектів. Принципи структурування гейміфікованого контенту: від концепції до реалізації. Розробка

цілей гейміфікації та визначення цільової аудиторії. Врахування вікових, поведінкових та соціальних особливостей аудиторії. Планування етапів проекту та постановка задач для кожного етапу. Методи інтеграції ігрових елементів у різні формати медіа. Принципи використання карт емпатії для розуміння потреб користувачів. Формування концепції емоційного впливу та формування вражень. Методи створення дизайну інтерактивних елементів для підвищення зацікавленості. Створення механік взаємодії користувачів з контентом. Аналіз користувацьких поведінкових патернів для оптимізації проекту. Важливість тестування та зворотного зв'язку в процесі розробки. Оптимізація елементів для досягнення довготривалого інтересу аудиторії. Приклади успішних структур гейміфікованих медіапроектів.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 5, 7, 9; додаткові — 1, 3, 6, 8, 10.*

#### ***Лекція 4. Інтерактивний дизайн: від ідеї до реалізації***

Основи інтерактивного дизайну для гейміфікованих медіа. Вибір інструментів і платформ для реалізації ігрових елементів. Принципи дизайну взаємодії: як розробити контент, що "захоплює" користувачів. Вибір кольорових схем, шрифтів та інших елементів візуального стилю. Використання іконок, інфографік та анімацій для підсилення емоційного впливу. Роль інтерактивних візуальних компонентів у збереженні уваги аудиторії. Прийоми створення привабливих інтерфейсів для гейміфікованого контенту. Вибір відповідних гейміфікаційних механік для різних типів контенту. Використання анімованих переходів та інтерактивних ефектів для посилення впливу. Розробка навігації, що стимулює користувачів до дослідження контенту. Створення прозорості та інтуїтивно зрозумілої структури для гейміфікованого проекту. Важливість адаптивності дизайну для різних пристроїв. Методи попереднього тестування інтерактивного дизайну та збору фідбеку. Виклики та бар'єри в інтерактивному дизайні медіа.

*Рекомендовані джерела: основні — 3, 6, 7, 8; додаткові — 1, 2, 4, 5, 7.*

#### ***Практичне завдання 5. Вибір теми та аналіз аудиторії для створення гейміфікованого матеріалу***

Вибір суспільно важливої теми (зміна клімату, соціальна нерівність тощо). Визначення цільової аудиторії (вікова група, інтереси, поведінкові патерни). Заповнення карти емпатії для детального розуміння аудиторії. Оцінка емоційних та поведінкових аспектів, які впливатимуть на аудиторію. Вибір та обґрунтування гейміфікованих елементів, що сприятимуть впливу на обрану аудиторію.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 3, 4, 8; додаткові — 1, 5, 6, 7, 9.*

#### ***Практичне завдання 6. Формування концепції гейміфікації***

Розробка концепції гейміфікованого матеріалу. Визначення основних цілей проекту (залучення, обізнаність, соціальний вплив). Збір необхідних матеріалів, досліджень, фактів для тексту. Вибір гейміфікованих елементів (бали, значки, рівні, ролі тощо). Обґрунтування вибору ігрових елементів відповідно до тематики проекту.

*Рекомендовані джерела: основні — 3, 4, 7, 9; додаткові — 1, 2, 5, 8, 10.*

***Практичне завдання 7. Структура та механіка гейміфікованого матеріалу***

Розробка структури матеріалу з інтерактивними елементами. Визначення механіки гри та основних правил для користувачів. Розробка логіки прогресу, яка утримує увагу аудиторії. Визначення ігрових механік для підтримки інтересу. Написання початкових текстів для матеріалу.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 3, 5, 8; додаткові — 1, 4, 7, 8, 9.*

***Практичне завдання 8. Розробка візуального дизайну гейміфікованого матеріалу***

Розробка дизайну інтерактивного матеріалу. Вибір кольорової схеми, шрифтів, іконок для візуалізації. Створення графічних елементів гейміфікації. Проведення попереднього тестування концепції серед фокус-груп. Внесення змін на основі зібраного зворотного зв'язку. Завершення тексту та візуального оформлення матеріалу.

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 4, 6, 7; додаткові — 2, 5, 7, 8, 10.*

***Практичне завдання 9. Фінальна презентація авторського гейміфікованого матеріалу***

Створення фінальної версії гейміфікованого матеріалу. Демонстрація прототипу з обґрунтуванням вибору елементів гейміфікації. Оцінка ефективності матеріалу для цільової аудиторії. Підготовка аргументів щодо очікуваного впливу проекту.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 3, 6, 8; додаткові — 1, 4, 5, 7, 10.*

### **Змістовий модуль 3**

#### **Гейміфікація для соціальних і політичних тем**

#### **Тема 3. Інтерактивний підхід до висвітлення суспільно важливих тем через новинні ігри**

##### ***Лекція 5. Роль ігор у висвітленні соціально важливих тем***

Аналіз історії новинних ігор та їх впливу на суспільство. Роль ігор у залученні громадськості до обговорення суспільно важливих тем. Принципи розробки ігор, що відображають соціально-політичні проблеми. Виклики, пов'язані з висвітленням чутливих тем у форматі гри. Механізми створення ігор, які підтримують Цілі сталого розвитку (ЦСР). Використання гейміфікації для привернення уваги до екологічних проблем, соціальної нерівності, економічних викликів. Основи проектування настільних ігор на суспільно-політичні теми. Впровадження освітніх елементів у настільні ігри. Створення симуляційних сценаріїв, що сприяють розумінню складних соціальних питань. Підбір гейміфікованих механік, що заохочують колаборацію та діалог у грі. Використання карток, ролей, інфографіки для подання інформації про ЦСР. Етичні аспекти розробки ігор на соціально значущі теми. Підхід до тестування

ігор серед цільової аудиторії. Вивчення психологічного впливу настільних ігор на поведінку та мотивацію гравців. Приклади успішних настільних ігор, спрямованих на підтримку Цілей сталого розвитку.

*Рекомендовані джерела: основні — 4, 6, 8, 11; додаткові — 2, 5, 8, 9, 10.*

### ***Лекція 6. Гейміфіковані новинні продукти: аналіз і створення***

Огляд популярних прикладів гейміфікованих новинних продуктів та їх структури. Основи аналізу гейміфікованих медіаматеріалів: визначення теми, цільової аудиторії, ігрових механік. Принципи розробки новинних продуктів з елементами гри. Створення настільних ігор на основі актуальних новин або соціально-політичних тем. Способи привернення уваги аудиторії до Цілей сталого розвитку через ігрові елементи. Механіки, що допомагають передати суть екологічних або політичних проблем. Розробка ігрового процесу для настільних ігор на суспільно-політичні теми. Використання сюжетних ліній для відображення реальних ситуацій. Підхід до інтеграції різних форм комунікації: карток з фактами, завдань, питань для гравців. Методи навчання через гру: як настільні ігри підвищують обізнаність. Роль карт емпатії у створенні реалістичних персонажів або ситуацій для гри. Аналіз психологічного впливу ігор на розуміння та обговорення складних тем. Використання даних та інфографіки для зміцнення освітнього компонента гри. Підготовка ігор до тестування серед фокус-груп. Вплив настільних ігор на формування громадської свідомості та активної позиції. Завершення аналізом прикладів гейміфікованих настільних ігор, спрямованих на підтримку суспільно важливих тем.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 3, 6, 8; додаткові — 1, 4, 5, 6, 9.*

### ***Лекція 7. Психологічний вплив ігор на аудиторію та методи його оцінки***

Психологічні аспекти взаємодії з гейміфікованими медіапродуктами. Як інтерактивні елементи впливають на мотивацію та поведінку користувачів. Методи вимірювання залученості аудиторії до гейміфікованих проєктів. Аналіз реакції користувачів на різні ігрові механіки (бали, досягнення, таблиці лідерів). Вивчення емоційного ефекту та його впливу на залученість. Використання психологічних тестів для визначення ефективності ігрових механік. Методи збору зворотного зв'язку від користувачів: анкетування, інтерв'ю, фокус-групи. Виклики в оцінці психологічного впливу гейміфікації. Аналіз даних для виявлення переваг та недоліків інтерактивних елементів. Рекомендації для підвищення ефективності ігрових елементів у медіапроєктах.

*Рекомендовані джерела: основні — 4, 6, 8, 9; додаткові — 3, 5, 7, 9, 10.*

### ***Практичні завдання 10-11. Аналіз ігор на суспільно важливі теми***

Збір 10 ігор на глобальні проблеми (екологія, економіка, суспільство тощо). Створення таблиці для опису кожної гри (назва, тема, опис, посилання). Визначення жанру, типу гри та ігрових механік. Оцінка соціального та освітнього впливу кожної гри. Порівняльний аналіз ігор за темою та жанром.

*Рекомендовані джерела: основні — 1, 3, 6, 8; додаткові — 2, 5, 8, 9, 10.*

**Практичне завдання 12. Вибір теми та концепції настільної медіаосвітньої гри**

Вибір Цілі сталого розвитку як основи гри. Визначення цільової аудиторії для гри. Збір даних про аудиторію та створення карти емпатії. Визначення основних суспільних проблем, які будуть відображені у грі. Аргументування зв'язку гри з обраною темою та соціальними цілями.

*Рекомендовані джерела: основні — 4, 6, 7, 8; додаткові — 1, 3, 5, 9, 10.*

**Практичне завдання 13. Розробка ідей для вирішення проблеми цільової аудиторії**

Визначення основної проблеми, яку має вирішити гра. Формування списку з 20 можливих рішень для вирішення проблеми. Оцінка плюсів та мінусів кожного рішення. Вибір двох оптимальних рішень та обґрунтування вибору. Розробка загального бачення гри на основі обраної концепції. Аналіз гри за Схемою гри Скота Еберлі.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 5, 7, 10; додаткові — 3, 6, 8, 9.*

**Змістовий модуль 4  
Інновації та етика в гейміфікації медіаконтенту**

**Тема 4. Технологічні інновації та етичні виклики гейміфікації в сучасних медіа**

**Лекція 8. Тенденції розвитку гейміфікації у медіа**

Огляд сучасних тенденцій у розвитку гейміфікації медіаіндустрії. Вплив інноваційних технологій на методи гейміфікації. Персоналізація ігрових механік для залучення користувачів. Сторітелінг як основний елемент гейміфікованих медіапродуктів. Використання сторітелінгу для створення захопливого нарративу в іграх. Як розробляти персонажів і сюжетні лінії для підсилення емоційного зв'язку з аудиторією. Впровадження елементів віртуальної та доповненої реальності. Використання штучного інтелекту для створення адаптивного контенту. Інтеграція соціальних мереж та механік спільнот у гейміфікацію. Підхід до розвитку інтерактивного контенту з урахуванням поведінкових змін. Використання ігрових квестів, елементів збору ресурсів і нагород для мотивації користувачів. Вивчення впливу сторітелінгу на поведінку користувачів та сприйняття контенту. Психологічний вплив інтерактивного сторітелінгу на формування позитивних змін у поведінці аудиторії. Методи залучення користувачів через ігровий нарратив, адаптований до їхніх потреб. Оцінка ефективності інноваційних підходів до гейміфікації. Обговорення потенційних викликів та бар'єрів у впровадженні нових технологій в медіаіндустрії.

*Рекомендовані джерела: основні — 4, 5, 6, 8; додаткові — 1, 5, 6, 7, 9.*

**Лекція 9. Етичні аспекти гейміфікації: виклики та відповідальність**

Роль етики в розробці гейміфікованого контенту. Основні етичні дилеми у створенні ігрових елементів для медіа. Виклики, пов'язані з маніпуляцією увагою аудиторії. Аналіз практик, що порушують приватність та

конфіденційність. Підхід до роботи з чутливими темами у гейміфікації. Етичний кодекс для медіа, що використовують гейміфіковані формати. Як уникнути стереотипів та дискримінаційних підходів. Питання прозорості у створенні гейміфікованого контенту. Забезпечення безпеки даних користувачів у гейміфікованих платформах. Як запобігати надмірному захопленню іграми та залежності. Роль зворотного зв'язку в забезпеченні етичності контенту. Тестування та верифікація: як перевірити етичність гри перед запуском.

*Рекомендовані джерела: основні — 4, 7, 8, 10; додаткові — 1, 2, 5, 6, 9.*

### ***Лекція 10. Майбутнє гейміфікації в медіа: прогнозування та рекомендації***

Прогнозування тенденцій у розвитку гейміфікації медіа на наступні 5–10 років. Потенціал розвитку нових ігрових форматів у медіа. Інновації у контексті штучного інтелекту та автоматизації. Створення інтерактивного медіа, адаптованого до індивідуальних потреб користувачів. Використання віртуальної та доповненої реальності у новинних продуктах. Суспільні виклики та нові запити аудиторії щодо інноваційних форматів. Розвиток етичних норм та юридичних рамок для захисту користувачів. Рекомендації для українських медіакомпаній щодо інтеграції гейміфікації. Огляд можливостей інтеграції міжнародного досвіду у локальний контекст.

*Рекомендовані джерела: основні — 6, 8, 9, 10, 11; додаткові — 1, 4, 5, 8, 10.*

### ***Практичне завдання 14. Розробка ігрової механіки для настільної гри***

Розробка основної ідеї гри та її геймплейних елементів. Створення алгоритму гри з неочікуваними елементами та завданнями. Вибір нагород, артефактів та складностей для досягнення освітніх цілей. Підготовка концепції, що підтримує освітню цінність та соціальний вплив гри.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 3, 5, 8; додаткові — 1, 4, 6, 8, 9.*

### ***Практичне завдання 15. Критичний аналіз та вдосконалення гри***

Аналіз усіх аспектів гри на відповідність поставленим цілям. Виявлення можливих недоліків та обмежень. Обговорення гри з представниками цільової аудиторії та збір зворотного зв'язку. Внесення необхідних змін на основі фідбеку. Розробка збалансованої механіки, яка утримує інтерес. Фіналізація текстів та завдань гри.

*Рекомендовані джерела: основні — 3, 6, 7, 8; додаткові — 2, 5, 7, 9, 10.*

### ***Практичне завдання 16. Розробка візуального дизайну гри***

Розробка візуальних елементів гри (картки, поле гри тощо). Вибір кольорової схеми та шрифтів, що відповідають темі. Створення зручного та зрозумілого дизайну для аудиторії. Формування ключових компонентів гри з урахуванням естетики.

*Рекомендовані джерела: основні — 4, 5, 6, 8; додаткові — 1, 3, 7, 8, 10.*

### ***Практичне завдання 17. Створення прототипу гри та розробка правил***

Створення базового прототипу гри на основі концепції. Розробка детальних правил гри для нових гравців. Опис всіх етапів гри, від початку до перемоги. Підготовка матеріалів для тестування гри та збору відгуків.

*Рекомендовані джерела: основні — 2, 3, 5, 8; додаткові — 1, 4, 6, 7, 9.*

***Практичне завдання 18. Презентація гри та тестування***

Презентація прототипу гри для однокласників. Проведення тестової гри та спостереження за реакціями гравців. Фіксація ключових моментів для вдосконалення гри. Внесення необхідних коректив на основі зворотного зв'язку. Розробка подальших планів для популяризації гри.

*Рекомендовані джерела: основні — 4, 6, 7, 8; додаткові — 1, 3, 5, 9, 10.*

## 6. КОНТРОЛЬ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

### 6.1. Система оцінювання навчальних досягнень студента

№	Вид діяльності	Максимальна кількість балів за одиницю	Модуль 1		Модуль 2		Модуль 3		Модуль 4	
			Кількість одиниць	Максимальна кількість балів						
1.	Відвідування лекцій	1	2	2	2	2	3	3	3	3
2.	Відвідування практичних занять	1	4	4	5	5	4	4	5	5
3.	Робота на практичному занятті	10	4	40	5	50	4	40	5	50
4.	Виконання завдання з самостійної роботи	5	2	10	2	10	2	10	2	10
5.	Виконання модульної роботи	25	1	25	1	25	1	25	1	25
<b>Разом</b>			-	<b>81</b>	-	<b>92</b>	-	<b>82</b>	-	<b>93</b>
Максимальна кількість балів: <b>348</b>										
Розрахунок коефіцієнта: <b>348 / 100 = 3,48</b>										

### 6.2. Завдання для самостійної роботи

№ теми	Назва теми	К-ть годин	Бали
<b>Змістовий модуль 1</b>			
1	Ви керуєте редакцією, яка стикається з проблемою зниження мотивації журналістів. Як би ви використали гейміфікацію для підвищення продуктивності та залученості команди?	5	5
1	Традиційне видання хоче інтегрувати ігрові елементи у свої матеріали для підвищення інтересу читачів. Які типи гейміфікації ви б запропонували їм спершу спробувати і протестувати, і як вони вплинуть на сприйняття контенту?	5	5
<b>Змістовий модуль 2</b>			
2	Ви створюєте новинну гру, яка висвітлює складні соціально-політичні теми. Як би ви забезпечили етичність гри та уникли маніпуляції аудиторією?	5	5
2	Вам доручено розробити гейміфікований освітній проєкт для підвищення медіаграмотності серед підлітків. Які ігрові елементи ви б використали, і як би вони сприяли засвоєнню знань?	10	5
<b>Змістовий модуль 3</b>			
3	Місцевий уряд хоче запустити гру, яка допоможе підвищити рівень громадянської активності серед населення. Які елементи гейміфікації ви б включили для досягнення цієї мети?	10	5

3	Ви — менеджер з впровадження інновацій у великій медіаконпанії. Як би ви подолали внутрішні перешкоди для впровадження гейміфікації, враховуючи скептицизм частини команди?	5	5
<b>Змістовий модуль 4</b>			
4	Редакція шукає способи стимулювання творчості у журналістів. Як би ви використали гейміфікацію для заохочення нових підходів до створення медіаконтенту?	6	5
4	Ваше завдання — розробити програму лояльності для читачів вашого видання з використанням гейміфікації. Які елементи ви б включили для підвищення повторних візитів на сайт?	10	5

#### **Критерії оцінювання самостійних робіт:**

- Аналітичність: 1 бал
  - Висловлення власної думки: 1 бал
  - Творчий підхід до виконання: 1 бал
  - Відсутність плагіату при перевірці: 1 бал
  - Посилання на використані джерела: 1 бал
- Сума: 5 балів.

### **6.3. Форма проведення модульного контролю та критерії оцінювання**

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється у вигляді відповідей на відкриті питання. Максимальна кількість балів за модульну контрольну роботу становить 25 балів.

### **6.4. Форми проведення семестрового контролю та критерії оцінювання**

Форма проведення семестрового контролю — залік.

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

- *Методи усного контролю:* індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, виконання кейсів, створення авторського продукту.
- *Методи письмового контролю:* написання есе, створення медіаматеріалів.
- *Методи самоконтролю:* уміння самостійно оцінювати свої знання, самоаналіз.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- систематичність відвідування занять;
- своєчасність виконання навчальних та індивідуальних завдань;
- повний обсяг їх виконання;
- якість виконання навчальних та індивідуальних завдань;
- самостійність виконання;

- творчий підхід у виконанні завдань;
- ініціативність у навчальній діяльності;
- виконання модульних завдань.

#### **6.5. Шкала відповідності оцінок**

<b>Оцінка</b>	<b>Кількість балів</b>
Відмінно	90–100
Дуже добре	82–89
Добре	75–81
Задовільно	69–74
Достатньо	60–68
Незадовільно	0–59

## 7. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТКА ДИСЦИПЛІНИ

**Разом 120 год.:** лекції — 20 год., практичні заняття — 36 год., самостійна робота — 56 год., модульний контроль — 8 год.

Модулі (назви, бали)	Змістовий модуль 1. <b>Основи гейміфікації в медіа</b> (81 бал)	Змістовий модуль 2. <b>Проектування гейміфікованих медіаматеріалів</b> (92 бали)	Змістовий модуль 3. <b>Гейміфікація для соціальних і політичних тем</b> (82 бали)	Змістовий модуль 4. <b>Інновації та етика в гейміфікації медіаконтенту</b> (93 бали)
Теми	1	2	3	4
Теми лекцій	Лекція 1. Основи гейміфікації: історія, методи та виклики (1 бал)  Лекція 2. Основні ігрові механіки у медіа та їх вплив на аудиторію (1 бал)	Лекція 3. Структура гейміфікованих медіапроектів (1 бал)  Лекція 4. Інтерактивний дизайн: від ідеї до реалізації (1 бал)	Лекція 5. Роль ігор у висвітленні соціально важливих тем (1 бал)  Лекція 6. Гейміфіковані новинні продукти: аналіз і створення (1 бал)  Лекція 7. Психологічний вплив ігор на аудиторію та методи його оцінки (1 бал)	Лекція 8. Тенденції розвитку гейміфікації у медіа (1 бал)  Лекція 9. Етичні аспекти гейміфікації: виклики та відповідальність (1 бал)  Лекція 10. Майбутнє гейміфікації в медіа: прогнозування та рекомендації (1 бал)
Теми практичних занять	Практичне завдання 1. Ретроспектива вражень: аналіз медіа з минулого (11 балів)	Практичне завдання 5. Вибір теми та аналіз аудиторії для створення гейміфікованого матеріалу (11 балів)	Практичні завдання 10-11. Аналіз ігор на суспільно важливі теми (22 бали)	Практичне завдання 14. Розробка ігрової механіки для настільної гри (11 балів)

	<p>Практичне завдання 2. Перетворення фільмів та книг на суспільно значущі тематики в ігри (11 балів)</p> <p>Практичне завдання 3. Дизайн емоційного ландшафту медіа (11 балів)</p> <p>Практичне завдання 4. Аналіз світових та українських кейсів гейміфікованих матеріалів (11 балів)</p>	<p>Практичне завдання 6. Формування концепції гейміфікації (11 балів)</p> <p>Практичне завдання 7. Структура та механіка гейміфікованого матеріалу (11 балів)</p> <p>Практичне завдання 8. Розробка візуального дизайну гейміфікованого матеріалу (11 балів)</p> <p>Практичне завдання 9. Фінальна презентація авторського гейміфікованого матеріалу (11 балів)</p>	<p>Практичне завдання 12. Вибір теми та концепції настільної медіаосвітньої гри (11 балів)</p> <p>Практичне завдання 13. Розробка ідей для вирішення проблеми цільової аудиторії (11 балів)</p>	<p>Практичне завдання 15. Критичний аналіз та вдосконалення гри (11 балів)</p> <p>Практичне завдання 16. Розробка візуального дизайну гри (11 балів)</p> <p>Практичне завдання 17. Створення прототипу гри та розробка правил (11 балів)</p> <p>Практичне завдання 18. Презентація гри та тестування (11 балів)</p>
Самостійна робота	5+5 балів	5+5 балів	5+5 балів	5+5 балів
Види поточного контролю	Модульна контрольна робота 1 (25 балів)	Модульна контрольна робота 2 (25 балів)	Модульна контрольна робота 3 (25 балів)	Модульна контрольна робота 4 (25 балів)
Підсумковий контроль	ЗАЛІК			

## 8. РЕКОМЕНДОВАНІ ДЖЕРЕЛА

### Основні:

1. Глушко, А. В. (2017). Ігрові прийоми у форматі мережевого інфотейнменту. *Збірники наукових праць професорсько-викладацького складу ДонНУ імені Василя Стуса*. С. 62–64. URL: <http://jpvvs.donnu.edu.ua/article/view/3685>
2. Демянів, Ю. І., & Чернявська, О. В. Гейміфікація в нових медіа: сутність та основні характеристики. *Система національних ЗМК у сучасній Україні: нова візія. Матеріали XVI Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених та студентів*. С. 10–12. URL: [http://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program\\_5ed8d759bd9b8.pdf#page=12](http://www.dnu.dp.ua/docs/zbirniki/fszmk/program_5ed8d759bd9b8.pdf#page=12)
3. Загорулько, Д. (2018). Гейміфікований інформаційний продукт в онлайн-медіа: специфіка та типологія. *Наукові записки Інституту журналістики*, Том 1 (70). С. 62–66. URL: [http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2020/07/70\\_6.pdf](http://www.scientific-notes.com/wp-content/uploads/2020/07/70_6.pdf)
4. Срібний, М. (2020). Гейміфікація медіа як фактор залучення молоді аудиторії. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/f5b1d009-a28e-40fc-b36b-8156c48e43a7/content>
5. Bogost, Ian (2011). *How to Do Things with Videogames*. University of Minnesota Press, 2011. URL: <https://www.upress.umn.edu/9780816676477/how-to-do-things-with-videogames/>
6. Deterding, Sebastian, Dixon, Dan, Khaled, Rilla, and Nacke, Lennart (2011). *From Game Design Elements to Gamefulness: Defining "Gamification"*. ACM, 2011. URL: [https://www.researchgate.net/publication/230854710\\_From\\_Game\\_Design\\_Elements\\_to\\_Gamefulness\\_Defining\\_Gamification](https://www.researchgate.net/publication/230854710_From_Game_Design_Elements_to_Gamefulness_Defining_Gamification)
7. Flanagan, Mary (2013). *Critical Play: Radical Game Design*. MIT Press. URL: <https://mitpress.mit.edu/9780262518659/critical-play/>
8. Hamari, Juho, Koivisto, Jonna, and Sarsa, Harri (2014). *Does Gamification Work? A Literature Review of Empirical Studies on Gamification*. HICSS. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/6758978>
9. Kim, B. (2020). *Designing Gamification in the Right Way: From Conceptualization to Implementation*. *Educational Technology & Society*, 23(3). URL: <https://journals.ala.org/ltr/article/download/5632/6952>
10. Reisinger, Don (2021). *The Power and Pitfalls of Gamification*. WIRED. URL: <https://www.wired.com/story/power-and-pitfalls-gamification/>
11. Schrier, Karen (2016). *Knowledge Games: How Playing Games Can Solve Problems, Create Insight, and Make Change*. Johns Hopkins University Press. URL: <https://cmsw.mit.edu/knowledge-games-playing-games-can-solve-problems-create-insight-make-change/>

## Додаткові:

1. Загорюлько, Д. І. (2017). Особливості впровадження гейміфікації в медіа. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*, Випуск 11. С. 52–56. URL: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/11659>
2. Кирилова, О. (2017). Імерсивна журналістика: досвід світових новинних ресурсів. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Соціальні комунікації»*, Випуск 17, Том 25. С. 51–57. URL: <https://cct.dp.ua/index.php/journal/article/view/104>
3. Мудра, І. М. (2016). Гра як інструмент медіа маркетингу. *Наукові записки [Української академії друкарства]*, (1). С. 288–295. URL: <https://nz.uad.lviv.ua/media/1-52/37.pdf>
4. Рижко, О. (2019). Рецепція гейміфікації новин як нової конвергенції. *Вісник Львівського університету. Серія «Журналістика»*, Випуск 46. С. 265–272. URL: <https://journ.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/05/Visnyk-46-sayt.pdf#page=265>
5. Ромат Ю., Білявська Ю. (2020). Гейміфікація та її сприйняття поколінням «Z». *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*, № 17(45). С. 23–28. DOI: 10.25264/2311-5149-2020-17(45)-23-28
6. Шаманська, А. С. (2018). Тренди у візуалізації даних в сучасних новинних онлайн-медіа. *Міжнародний науковий журнал Інтернаука*, (9 (1)), 32-36. URL: [http://www.irbis-nbuiv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuiv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/mnj\\_2018\\_9\(1\)\\_8.pdf](http://www.irbis-nbuiv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuiv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/mnj_2018_9(1)_8.pdf)
7. Шотурма, Н. В., Шотурма, О. В. (2021). Гейміфікація в нових медіа. *International scientific and practical conference / Wloclawek, Republic of Poland, February 26–27, 2021*. P. 172–176. DOI: 10.30525/978-9934-26-042-1-42
8. García-Avilés, Jose, Ferrer Conill, Raul, García-Ortega, Alba. (2022). Gamification and Newsgames as Narrative Innovations in Journalism. P. 53–67. In: *Total Journalism. Models, Techniques and Challenges*. Springer Cham. DOI: 10.1007/978-3-030-88028-6\_5
9. Sailer, M., Hense, J., Mayr, S., & Mandl, H. (2017). How Gamification Motivates: An Experimental Study of the Effects of Specific Game Design Elements on Psychological Need Satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 69. P. 371–380. DOI: 10.1016/j.chb.2016.12.033
10. Wouters, P., & Van Oostendorp, H. (2017). A Meta-analysis of the Cognitive and Motivational Effects of Serious Games. *Journal of Educational Psychology*, 109(1). P. 98–113. DOI: 10.1037/a0031311

## 9. ДОДАТКОВІ РЕСУРСИ

### Онлайн-курси:

1. Курс «Комунікації». Культура і креативність. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/communication-course>
2. Coursera: Art for Games. URL: <https://www.coursera.org/specializations/art-for-games>
3. Coursera: Game Design and Development with Unity. URL: <https://www.coursera.org/specializations/game-design-and-development>
4. Coursera: Game Design: Art and Concepts. URL: <https://www.coursera.org/specializations/game-design>
5. Coursera: Gamification – Kevin Werbach (University of Pennsylvania). URL: <https://www.coursera.org/learn/gamification>
6. Coursera: Influencing: Storytelling, Change Management and Governance. URL: <https://www.coursera.org/specializations/influencing-storytelling-change-management>
7. Coursera: Online Games: Literature, New Media, and Narrative. URL: <https://www.coursera.org/learn/interactive-media-gaming>
8. Coursera: Transmedia Storytelling: Narrative worlds, emerging technologies, and global audiences. URL: <https://www.coursera.org/learn/transmedia-storytelling>