

DOI: 10.25629/НС.2024.12.19

УДК: 378.147

ВАК: 5.8.1. Общая педагогика, история педагогики и образования

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПОТРЕБНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПОКОЛЕНИЯ А (GEN ALPHA) И ПЕРСПЕКТИВА ВНЕДРЕНИЯ ИГРОВЫХ МЕХАНИК В ИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ПРОЦЕСС**

**Федорчук Ю.М.**

Федеральный институт цифровой трансформации в сфере образования

Исследование выполнено в рамках государственного задания Министерства просвещения Российской Федерации от 19.03.2024 № 073-00063-24-04 по теме  
«Подходы к проектированию игровых механик, как инструмент повышения мотивации детей при реализации образовательной и социальной деятельности»

### **Аннотация**

Одной из основных проблематик образования современного поколения школьников является их сниженная мотивация к обучению. Анализируя данный феномен, можно объединить особенности обучающихся в начальной и основной школах на основе поколенческой теории, которая относит данную возрастную страту к поколению «Альфа». Их характеристики представляют научный интерес в отечественной и международной практике, как отдельное явление, так и предмет образовательной практики. Образовательная система впервые столкнулась с таким вызовом своему традиционному формату и темпы цифровизации образовательных процессов и трансформации дидактики не соответствуют такому вызову. Внедрение игровых механик в образовательный процесс, его геймификация, является одним из решений задачи повышения мотивации обучающихся поколения «Альфа» и отвечает их потребностям в когнитивном развитии и социализации. Внедрение игровых механик в учебные программы, интеграция технологий виртуальной и дополненной реальности в учебном процессе повышает привлекательность образовательного процесса, снижает рутинность, развивает коллективизм и навыки решения образовательных задач. Потенциальными вызовами и ограничениями в этом направлении является нахождение оптимального баланса между развлекательной и образовательной ценностью, возможные технические и финансовые барьеры при трансформации образовательного процесса, необходимость подготовки педагогов к новым методам обучения.

### **Ключевые слова**

поколение «Альфа», характеристика, образовательные потребности, игровые механики, геймификация, мотивация, типология

### **Введение в проблему**

В соответствии с поколенческой теорией Штрауса-Хоу, в настоящий момент, в дошкольных организациях, начальной и основной школе обучаются представители поколения «Альфа», рожденные в период с 2010 года по настоящий момент. Во всем мире их насчитывается порядка 2 млрд человек, в России их около 24 млн. человек. Это полностью цифровое поколение, с рождения окруженное цифровыми устройствами. Как показывают отечественные исследования – к двум годам 90% детей обладают минимальными навыками использования смартфона, каждый пятый из поколения «Альфа» пользуется планшетом в возрасте 3-4 лет, почти каждый второй – в

возрасте 5-7 лет [1]. В основном, гаджеты используются для видеогр, просмотра мультфильмов и смешных видео, при этом, дети обладают большой долей самостоятельности при выборе контента. Выросшие в достаточно безопасном мире, с высоким качеством жизни (по сравнению с предшественниками), с родителями, осуществляющими сильную детоцентристскую жизненную стратегию (современные родители проводят с детьми в 3 раза больше времени, чем в XX веке), в окружении цифровых гаджетов и устройств – представители этого поколения имеют отличительные общие характеристики, которые необходимо учитывать в образовательных стратегиях. Будучи первым поколением «цифровых людей с рождения» поколение «Альфа» требует инновационной педагогики, выходящей за рамки традиционного подхода.

### Краткий обзор исследований

Характеристики представителей поколения «Альфа» пока интенсивно изучаются, но если агрегировать отечественные и международные исследования, можно выделить их следующие особенности:

- использование форматов информации без границ – виртуальный и реальный мир смешиваются, размываются традиционные рамки между новостями, информацией, развлечениями, общением и исследованиями;
- предпочтение мультимедийного контента;
- навыки многозадачности;
- уважение своих и чужих границ с одновременной склонностью к нарушению правил;
- высокий эгоцентризм;
- повышенная тревожность и чувствительность;
- сниженная физическая активность;
- желание социального одобрения;
- наличие гражданской позиции (но не в политике, а в глобальных проблемах общества);
- быстрая оценка контента – что свидетельствует о высоком уровне критического мышления;
- импульсивность;
- стремление к творческому самовыражению;
- виртуальное общение [2].

Поколение «Альфа» развили характеристики присущие поколению «Z», которые отличаются потребностью в более длительной концентрации внимания, ценят подлинные (а не виртуальные) опыт и связи, более склонны к критическому мышлению чем предыдущее поколение миллениалов, социально и экологически созидательны. Есть еще одно отличие российского поколения «Альфа» – они растут в наиболее экономически благоприятный период, не столкнулись в семье (в большинстве) со значимыми финансовыми трудностями выживания, многие бытовые процессы выполняют профессионалы, поэтому это поколение не приспособлено к ручному труду, у них нет навыков жизнеобеспечения, выживания и адаптации.

Образовательная система впервые встречается с представителями такого поколения, так сильно отличающегося от предыдущих поколений. По инерции образовательный процесс идет в традиционных форматах с элементами цифровизации, поэтому резко выросла проблема мотивации обучающихся. Классическая система мотивации к обучению включает удовлетворение потребности в развитии, общении, признании, принадлежности к группе, любопытства и интереса, постановки и достижения личных целей, социальные ожидания. Огромную роль играют родители и стимулирующая среда, но со стороны родителей это насильственная мотивация, привитие позиции «долженствования», дисциплины в учебе, а современная среда формирует социальные ожидания, не связанные напрямую с образованием. Прежние стратегии мотивации к обучению не срабатывают [3]. Таким образом, повысить мотивацию к обучению

можно менять образовательные технологии. С данной проблемой сталкиваются во всем мире и активно разрабатываются стратегии решения [4].

Если выбрать основные характеристики представителей поколения «Альфа» применительно к образованию для формирования стратегий их обучения и взаимодействия с ними, можно отметить их потребность в интерактивном обучении, что требует, чтобы учебные материалы были краткими, визуально привлекательными и легко усваиваемыми, вызывающими эмоции интереса и любопытства. Доступные возможности виртуального общения (в том числе, международного) и технологии совместной проектной работы, онлайн-ресурсы для исследований формируют потребность в более серьезных и интересных заданиях, что, в свою очередь, меняет традиционную систему оценки. Основные элементы образовательной альфа-стратегии (обучения и воспитания представителей поколения «Альфа») – это персонализация обучения (что стало реально возможным в массовой школе с внедрением искусственного интеллекта – далее по тексту – ИИ), превалирование проектного обучения, особенно, группового с более сложными заданиями (возможности поколения «Альфа» как технически, так и когнитивно больше, чем у предыдущего поколения), смешанное обучение (эффективное показавшее себя именно сочетание онлайн и оффлайн, синхронного и асинхронного обучения), активное включение сообщества и родителей в образовательный процесс (что дает импульс развитию полноценной внеурочной деятельности с использованием всей региональной образовательной, культурной и спортивной инфраструктуры), использование интерактивных приложений, виртуальной и дополненной реальности, геймификация обучения (от внедрения игровых механик до полноценных компьютерных образовательных игр, развитие фиджитал-игр), ориентация на развитие коллективизма обучающихся (что в масштабах нашей страны является жизненно важной стратегией, нивелирование тенденций эгоцентризма и индивидуализма), внедрение обучения предметам, развивающим навыки самообслуживания и элементарных бытовых и технических умений, некогнитивных навыков [5]. Далее, это поколение уйдет в профессиональное и высшее образование, которое тоже должно трансформироваться.

В данной статье используется комплексная методология, включающая анализ и агрегирование данных из международных и российских эмпирических и социологических исследований, научных публикаций и интервью. Основными методами исследования являются контент-анализ для выявления ключевых образовательных трендов и футурологических прогнозов, а также сравнительный анализ для изучения теории и практики геймификации в образовательных контекстах. Эти методы позволяют обобщить существующие данные и развить теоретические подходы к изучению образовательных инноваций.

## Основная часть

Можно выделить несколько направлений развития цифровых технологий в образовании, с которыми будет жить поколение «Альфа» в старшей школе и в профессиональном образовании – дальнейшая интеграция дополненной и виртуальной реальности, связь 5G и более продвинутые технологии подключения, обеспечивающие бесперебойное онлайн-обучение и интеграцию с Интернетом вещей, адаптивные платформы обучения на базе искусственного интеллекта и виртуальные репетиторы, персонализированный, захватывающий и интерактивный контент с рекомендациями, основанными на ИИ, продвинутые виртуальные среды для совместной работы, усовершенствованное шифрование, биометрическая безопасность, продвинутая цифровая грамотность, включая обучение программированию и кибербезопасности, система непрерывного оценивания, основанная на ИИ и аналитике [6].

Таким образом, благодаря уникальному сочетанию любознательности и обучения с использованием технологий, поколение «Альфа» быстро поглощают информацию, они живут в интерактивной, визуальной и практической среде. Можно выделить основные направления в педагогике, которые ими востребовано:

- обучение с использованием технологий (интерактивные приложения, использование онлайн-платформ, электронные книги, цифровые ресурсы);

- потребность в смешанном обучении – визуальном, слуховом, кинестетическом;
- визуальное и мультимедийное обучение (образовательный контент в данной форме, видео, анимация, интерактивная графика);
- микрообучение;
- интерактивное и геймифицированное обучение (вовлеченность и мотивация – основная проблематика обучения поколения «Альфа»);
- совместное обучение (групповые проекты, онлайн-форумы, интерактивные занятия);
- самостоятельное обучение (предпочтение обучению в своем темпе, онлайн-курсы и учебные пособия, возможность самостоятельно разобраться без воздействующих факторов);
- разнообразие точек зрения (социальные сети и комментарии к контенту приучили к различным позициям);
- адаптивное обучение (благодаря ИИ и машинному обучению цифровые платформы могут адаптироваться к стилю обучения, выявлять проблемные зоны);
- индивидуальное и персонализированное обучение (при постоянном получении персонализированного контента по рекомендациям интернета, они реагируют на обучение, адаптированное к их интересам и способностям).

При таком широком наборе необходимых инноваций в образовании, предметом данной статьи является рассмотрение геймификации образовательного процесса, как адаптации к потребностям обучающихся поколения «Альфа», анализ игровых механик, применяющихся в успешных кейсах.

Геймификация, как совокупность игровых элементов, игровых механик и игровой динамики, внедренных в образовательный процесс, является одним из основных направлений повышения мотивации к учебе и социализации в школе. Это создает увлекательный и интерактивный опыт обучения, что давно уже используется в корпоративном и дополнительном образовании. «СберУниверситет» регулярно проводит исследования рынка EdTech, и последние 5 лет среди наиболее популярных образовательных технологий оказывается геймификация [7].

Основная причина, по которой геймификация так популярна, заключается в том, что она задействует три основных мотиватора (признание, чувство конкуренции и вознаграждение) для повышения вовлеченности обучающихся. Это конвергенция производительности и технологий, при которой игровая механика используется в неигровом контексте. По выражению Г. Зикерманна: «геймификация – это на 75% психология и на 25% технология» [8, с. 143]. Это означает, что геймификация использует психологию, чтобы мотивировать принимать определенные решения. Когда обучающиеся активно вовлечены, а не пассивно потребляют знания, они создают более сильную эмоциональную связь с предметом обучения. К тому же, обучающийся, его мозг, его психика воспринимает образовательную деятельность как игру, приносящую удовольствие, а не воспринимается как долг и обязанность.

Основная проблема геймификации образовательных процессов – найти баланс между основной целью образования и вспомогательными техниками, не заместив основную и вспомогательную цели. Речь идет о частичном включении игр, а не полном погружении в игру. Очень хорошо идет геймификация при реализации проектной работы. На данный момент существует множество платформ, в которых можно создать геймифицированный образовательный курс по любому предмету [9]. Как показывает практика, чаще всего используются следующие игровые механики: квест с заданиями, разблокирование контента, виртуальные команды, виртуальная награда, игровой персонаж, командные цели, сюжет, конкурс с призами. Интересными кейсами являются внедрение геймификации в сопутствующие образовательные процессы, например – поднятие посещаемости сайта школы, малой активности аккаунтов в соцсетях – введение игровых механик, типа присуждения статусов «знарок такого-то уровня», «золотой уровень» при активностях на сайтах, выдача значков при отправлении новостей, комментариев.

Отдельным вопросом является разграничение понятий «геймификации» и «бейджификации». Последнее понятие обозначается применением простейших игровых инструментов и фокусом на следующих элементах: очки, бейджи, лидерборды и награды/штрафы. В этом случае внешняя мотивация не вызывает внутреннюю мотивацию на обучение. В геймификации же, основной является образовательная цель, присущи системность, нарративность, пространство свободного выбора, развитие обучающихся [10].

Отдельным явлением является тренд внедрения игрового микрообучения, одним из ярких примеров которого является лингвистическая игра Duolingo. За микроурок ( $\approx 10$  минут) дается несколько письменных уроков и диктантов, за которые начисляются очки. Пользователь фактически получает индивидуальные уроки, так как обучение основано на аналитике стратегии обучения каждого пользователя. Мотивация к каждодневному обучению формируется игровыми механиками, превращая обучение в увлекательную игру. Приложение дает уроки по 40 языкам и количество пользователей в мире составляет порядка 80 млн человек [11]. Таким образом, разбивая длинные и сложные концепции на небольшие части, которые легко усваиваются, микрообучение является трендом в дополнительном и корпоративном обучении.

Можно отметить наиболее эффективные игровые механики, заимствованные из гейм-дизайна – это задания, шанс/удача, соревнования, сотрудничество, обратная связь, накопление ресурсов, вознаграждение, сделки, коды, состояние победы, финальная битва с боссом. Если рассмотреть их составляющие, можно выделить компоненты:

- *тайна* – этот элемент требует от обучающихся заполнения лага между известным и неизвестным (обучающийся должен использовать информацию, чтобы восполнить этот пробел, но для этого ему сначала нужно найти эту информацию);
- *действия* – оно вынуждает обучающегося начать делать шаги и используется для мгновенного вовлечения обучающегося, найти, собрать, преодолеть;
- *вызов* – каждый человек испытывает удовольствие от удачного преодоления трудностей, поэтому используется это врожденное желание;
- *риск* – игра без риска не привлекательна, она должна быть сопряжена с риском потерять достигнутое, необходимостью начинать все сначала;
- *непредсказуемость* – обучающиеся не должны знать, что будет дальше и с чем можно столкнуться;
- *прогресс* – обучающийся должен идти по маршруту улучшая свои результаты и шансы на успех;
- *эмоциональное содержание* – в отличие от традиционного обучения, игры должны вызывать эмоции радости, азарта, гнева или разочарования (с эмоциями связан импринтинг информации, эмоции улучшают усвояемость информации и делают процесс обучения значительным и запоминающимся; ясные, осмысленные воспоминания останутся скорее об эмоционально окрашенной ситуации, чем об аналогичной ситуации, не связанной с эмоциями) [13].

Очень эффективно включить один или несколько из этих игровых элементов в стратегию обучения. Несмотря на то, что все эти стратегии обучения апеллируют к основным человеческим ценностям [14], они также помогают учащимся быстро и более глубоко адаптировать учебный материал.

При внедрении игровых механик в образовании необходим учет основных теорий геймификации: модель факторов мотивации октализ Ю-Кай Чоу (и аналогичные модели) и типологию игроков (Р. Бартл, А. Маржевской) [15]. Выделяются факторы мотивации внутренней (удовольствие от процесса, независимо от результата) и внешней (желание получить от деятельности определенный результат).

К внешним факторам относятся:

- достижения (рост мастерства, преодоление трудностей);
- обладание (чувство собственности);

- дефицит (ограниченность ресурсов, нетерпение).

К внутренним факторам можно отнести:

- творчество (создание нового, изменение игровой среды);
- социальное влияние (общение с близкими по духу, возможность учить других, белая зависть);
- непредсказуемость (любопытство, азарт, желание узнать, что будет дальше) [16].

Уникальность данной модели октализа состоит в том, что в ней учтены белые и черные стимулы мотивации, которые либо приносят чувство удовлетворения и самореализации, либо связаны с зависимостью и потерей контроля над своим поведением. При необходимости быстрого результата, необходимо использовать черные стимулы мотивации, но в долгосрочном периоде они нежелательны, так как приводят к выгоранию. Применение модели октализа при проектировании геймифицированных решений в образовании поможет решить задачу мотивации. В дополнение к этой теории необходимо применение известной модели Р. Бартла типажей игроков и видов применения ими игровых стратегий. Игроков можно поделить на:

- киллеров (их примерно 10%);
- карьеристов (40%);
- социализаторов (30%);
- исследователей (20%).

Чистых психотипов не существует, в большинстве случаев у человека преобладают два психотипа в пределах 30% каждый. Пытаясь понять мотивацию игроков, Р. Бартл выделил две шкалы: «действие-взаимодействие», «игроки-мир» [15]. Типология игроков А. Маржевского, выделяет типы игроков по виду мотивации. Гексада А. Маржевского состоит из:

- *бунтарей* (которые не хотят разбираться в правилах, анонимны, деструкторы, хотят взбурчать систему);
- *свободных духом* (им интересно творчество, непредсказуемость сценария, отсутствие жесткой регламентации, их выбор стратегии игры);
- *филантропов* (им нравится делиться знаниями, они проявляют свою экспертность в групповой работе);
- *социализаторов* (они наслаждаются групповой работой, преодолевают себя, оценивают уровень прогресса и получение новых навыков).

Объединяя модель октализа и типологию игроков, рекомендуется учитывать все типы игроков в геймифицированных системах [17]. Еще одной концепцией ключевых элементов геймификации является концепция 6D К. Вербаха и Д. Хантера, которая помогает создавать геймифицированные системы с понятной и логичной структурой [18]. Она включает:

- определение основных и дополнительных целей геймификации;
- проектирование прогресса на двух уровнях – микро- и макро- уровнях. На микроуровне должны быть циклы вовлечения – цепочка активностей, которая мотивирует участника действовать определённым образом и предоставляет обратную связь. На макроуровне – цикл прогресса, на основе истории, которая охватывает весь путь участника от новичка до мастера. Прогресс состоит из множества циклов вовлечения, связанных между собой, и имеет предварительно разработанный сценарий;
- поддержка вовлечённости через разработанных стратегий, которые должны поддерживать интерес участников и стимулировать их активность;
- выбор инструментов.

Использование данной концепции помогает проектировать эффективную геймификацию образовательных процессов.

## Выводы и заключение

Таким образом, уникальные образовательные потребности поколения «Альфа» являются катализатором интенсивной цифровизации образования, трансформации традиционных педагогических технологий. Можно выделить ключевые направления развития цифровых технологий в образовании для этого и последующих поколений, что включают интеграцию дополненной и виртуальной реальности, использование 5G, адаптивные платформы на базе искусственного интеллекта, персонализированный контент, а также продвинутые технологии безопасности и цифровой грамотности. Эти технологии могут обеспечить более интерактивное и персонализированное обучение, соответствующее потребностям поколения «Альфа». Геймификация выделяется как эффективный инструмент повышения мотивации вовлеченности обучающихся. Она действует основные человеческие мотиваторы – признание, конкуренцию и вознаграждение – и помогает создать эмоциональную связь с предметом обучения. Использование игровых механик позволяет воспринимать образовательный процесс как увлекательную игру, а не как обязанность, что способствует более активному участию и лучшему усвоению материала. Однако, используя данный инструмент стимулирования мотивации и вовлеченности, важно соблюдать баланс между образовательными целями и игровыми элементами, чтобы не отвлечь внимание от основного содержания обучения. При внедрении геймификации важно учитывать теории мотивации и типологии игроков, уже апробированные в системе геймдева. Они могут быть использованы для создания эффективных геймифицированных систем, с различными типами пользователей и предпочтениями в игровом контексте, что позволяет более точно адаптировать стратегии геймификации. В конечном итоге, успешная геймификация в образовании должна не только привлекать внимание учащихся, но и способствовать их развитию и достижению образовательных целей. Это требует тщательного планирования и понимания как теоретических основ, так и практических аспектов внедрения игровых элементов в образовательный процесс.

## Библиография

1. Макенова Н. Generation «А»: инструкция к применению и обучению первого технологического поколения // [Электронный ресурс] URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/404011-generation-instrukciya-k-primeneniyu-i-obucheniyu-pervogo-tehnologicheskogo> (дата обращения 24.10.2024).
2. Fernando, P. A. Use of gamification and game-based learning in educating Generation Alpha: A systematic literature review / P. A. Fernando, S. Premadasa // *Educational Technology & Society*. – 2024. – № 27 (2). – Pp. 114-132. DOI:10.30191/ETS.202404\_27(2).RP03.
3. Федорчук, Ю. М. Стратегия развития образования: от международного уровня до уровня образовательной организации / Ю. М. Федорчук, А. В. Морозов // *Глобальная экономика и образование*. – 2021. – Т. 1. – № 2. – С. 73-81.
4. Данилова, Л. Н. Образовательный запрос поколения Альфа / Л. Н. Данилова // *Известия Саратовского университета. Серия: Акмеология образования. Психология развития*. – 2023. – Т. 12. – № 1 (45). – С. 58-67.
5. Jukic, R. The Educational Needs of the Alpha Generation / R. Jukic, T. Skojo. – 2021. – 564-569. DOI: 10.23919/MIPRO52101.2021.9597106.
6. Gen Alpha's Unique Learning Styles and Preferences. – URL: <https://hoomale.com/gen-alphas-unique-learning-styles-and-preferences/> (дата обращения 17.10.2024).
7. Какой бывает геймификация и при каких условиях она дает результат. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/60800c499a794722351ccf29?from=copy> (дата обращения 19.10.2024).
8. 10 платформ для геймификации обучения сотрудников. – URL: <https://www.ispring.ru/elearning-insights/platforma-dlya-gejmifikacii> (дата обращения 22.10.2024).

9. Зикерманн, Г. Геймификация в бизнесе: как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов / Г. Зикерманн, Дж. Линдер. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 272 с.

10. Федорчук, Ю. М. Внедрение игровых механик в образовательный процесс как мегатренд / Ю. М. Федорчук, Ш. Ш. Бечиев // Информатизация образования и методика электронного обучения: цифровые технологии в образовании // Материалы VIII Международной научной конференции. – Красноярск: КрГПУ им. В. П. Астафьева, 2024. – С. 445-450.

11. Гордашникова, О. Ю. Использование игровых механик на базе компьютерных ролевых игр в образовательной практике / О. Ю. Гордашникова // Информатизация образования и методика электронного обучения: цифровые технологии в образовании // Материалы VIII Международной научной конференции. – Красноярск: КрГПУ им. В. П. Астафьева, 2024. – С. 137-141.

12. Морозов, А. В. Проблемы геймификации в условиях цифровой трансформации образования / А. В. Морозов, А. В. Полякова // Трансформация образования как социокультурный потенциал развития общества // Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Омск: ОмГА, 2024. – С. 190-196.

13. Берман, Н. Д. Образование и эмоции: значение эмоций в нашей жизни и в обучении / Н.Д. Берман // Russian Journal of Education and Psychology. – 2019 – Т. 10 – № 4. – С. 10-16.

14. Морозов, А. В. Социальная психология / А. В. Морозов. – М.: Академический Проект, 2013. – 336 с.

15. Полякова, А. В. Синергия геймификации и искусственного интеллекта: образовательные перспективы / А. В. Полякова, А. В. Морозов // Педагогическая информатика. – 2024. – № 2. – С. 383-392.

16. Бредихина, Е. Как создавать вовлекающие учебные занятия с помощью октализа Ю-Кай Чоу / Е. Бредихина. – URL: <https://skillbox.ru/media/education/kak-sozdavat-vovlekeyushchie-uchebnye-zanyatiya-s-pomoshchyu-oktaliza-yukay-chou/> (дата обращения 25.10.2024).

17. Асташова, Н. А. Ресурсы геймификации в образовании: теоретический подход / Н.А.Асташова, С. К. Бондырева, О. С. Попова // Образование и наука. – 2023. – Т. 25. – № 1. – С. 15-49.

18. Skok, K. Gamification in education – practical solutions for educational courses / K. Skok // Polish Journal of Applied Psychology. – 2016. – Vol. 14 (3). – Pp. 73-92.

## Об авторе

**Федорчук Юлия Михайловна**, Федеральный институт цифровой трансформации в сфере образования, Москва, AuthorID: 6612641, [yu.fedorchuk@ficto.ru](mailto:yu.fedorchuk@ficto.ru)

## EDUCATIONAL NEEDS OF GENERATION ALPHA SCHOOLCHILDREN AND THE PROSPECTS FOR INTRODUCING GAME MECHANICS INTO THEIR EDUCATIONAL PROCESS

**Fedorchuk Yu.M.**

Federal Institute for Digital Transformation in Education

## Abstract

One of the main problems of education of the modern generation of schoolchildren is their reduced motivation to learn. Analyzing this phenomenon, it is possible to combine the characteristics of students in primary and secondary schools on the basis of generational theory, which relates this age stratum to the «Alpha» generation. Their characteristics are of scientific interest in domestic and international practice, both as a separate phenomenon and as a subject of educational practice. For the



first time, the educational system has faced such a challenge to its traditional format and the pace of digitalization of educational processes and transformation of didactics does not correspond to such a challenge. The introduction of game mechanics into the educational process, its gamification, is one of the solutions to the problem of increasing the motivation of «Alpha» generation students and meets their needs for cognitive development and socialization. The introduction of game mechanics into educational programs, the integration of virtual and augmented reality technologies in the educational process increases the attractiveness of the educational process, reduces routine, develops teamwork and skills in solving educational problems. Potential challenges and limitations in this area include finding the optimal balance between entertainment and educational value, possible technical and financial barriers to the transformation of the educational process, and the need to prepare teachers for new teaching methods.

### **Keywords**

«Alpha» generation, characteristics, educational needs, game mechanics, gamification, motivation, typology