**Vplyv hier a gamifikácie na výučbu jazykov**

**Abstrakt[motivacia]**

Kvôli stále väčšiemu prepojeniu spoločnosti a napredujúcej globalizácii sa dopyt po multilingválnych ľuďoch neustále zväčšuje. Preto je dôležité analyzovať a porovnať rozličné prístupy vo výučbe cudzích jazykov. Rozvoj technológii je rýchly a ak s ním chce vyučovanie držať krok, malo by využívať zavedené technologické koncepty aj pri učení. Jedným z nových prístupoch v biznise, ale aj vo výučbe je aj gamifikácia. Tento článok kombinuje a porovnáva výsledky rozličných štúdii s cieľom odpovedať na otázku: Má gamifikácia prípadne výučba jazyka pomocou štandardných prostriedkov zmysel?

**Úvod[odkazy dalej do clanku]**

Vývoj ľudstva napreduje v mnohých smeroch, no snáď najväčším vývojom si prešli počítače a všetky technológie z nich vychádzajúce. Tieto technológie už pár dekád ovplyvňujú svet a s tým mnohé aspekty života nasej spoločnosti. Či už je to možnosť takmer neustálej komunikácie skoro odkiaľkoľvek na svete, alebo prístup k takmer všetkým poznatkom v priebehu pár sekúnd. Všetky tieto zmeny majú dopad okrem iného aj na vyučovanie, ktoré ak chce držať krok s dobou, musí vhodne implementovať nové technológie do vyučovacieho procesu. Vďaka stále narastajúcemu počtu hráčov hier na všetkých možných platformách **[odkaz na tabulku/graf],** sa stalo cieľom mnohých učiteľov a vedeckej komunity nájsť nový prístup k predávaniu a vyučovaniu informácii. Takýto prístup využíva herné prvky s cieľom zvýšiť kvalitu výučby a aktivitu používateľa **[odkaz na cast o gamifikacii].** Tento článok sa bude zaoberať využívaním gamifikácie a hier na výučbu jazykov**[odkaz na 1]**, jej **[odkaz na zistene výsledky]** a ako je gamifikácia výučby jazykov prepojená s mobilným učením**[odkaz na cast o mobilnom uceni]**

**1. Moderný prístup k učeniu jazykov**

So stále narastajúcim počtom hráčov, ale aj ľudí závislých na technológiách ako je internet, hry a sociálne siete je, pre zaužívaný prístup k vyučovania, stále ťažšie zaujať a preniesť informáciu na moderných žiakov**[odkaz na social media addiction]**.

Kvôli týmto skutočnostiam bola do výučbového procesu začlenená gamifikácia**[odkaz na cast o gamifikacii]**, ktorá má za úlohu priniesť hráčom známe prostredie a celkovo zvýšiť záujem, aktivitu a zlepšiť výsledky žiakov. Gamifikácia vo výučbe jazykov je často spojená aj s ďalším novým prístupom nazývaným mobilné učenie**[odkaz na cast o mobile learning]**, ktorý využíva možnosti nových technológii ako sú smartfóny, či zväčšenie dostupnosti a rýchlosti mobilného internetu. Mobilné učenie v kombinácii s gamifikáciou dáva možnosť žiakom študovať kdekoľvek a kedykoľvek a zároveň preukázateľne zvyšuje ich dosiahnuté študijné výsledky v oblasti výučby jazykov**[odkaz na review o vyucbe jazykov]**.

Napriek tomu je možné pozorovať zväčšenie počtu ukončenia štúdia predmetu ak ide o E-learning **[odkaz na zdroj o Elearing dropout].** Väčšina študentov, ktorý predčasne ukončili výučbu v danom predmete tak urobilo z dôvodu nespokojnosti s kvalitou predmetu. Z toho usudzujem, že je nesmierne dôležite, nie len sprístupniť predmetové materiály na internete, ale aj správne zakomponovať gamifikáciu do vyučovacieho procesu tak aby študent nestratil motiváciu**[zdroj pre tabuľku o dropovani]**.

Nesprávne zakomponovanie gamifikácie do výučby, síce zvýši externú motiváciu, teda takú kde je človek motivovaný nejakým vonkajším cieľom, alebo odmenou,

ale zároveň môže byť škodlivá na internú motiváciu človeka vypracovať zadanú úlohu v prípade, že sa bude cítiť do zadanej úlohy donútený a nebude mať vlastné vnútorné chcenie **[odkaz na knihu].**

**2. Gamifikácia**

Je pomerne nový pojem, aj keď optimalizácia dizajnu používateľského prostredia je tu minimálne od doby prvých grafických užívateľských rozhraní. Z tohto dôvodu sa zatiaľ vedecká komunita nezhodla na presnej špecifikácii daného pojmu, čo ma za následok miešanie gamifikácie a rozličných pojmov ako seriózne hry, herný dizajn a hrateľnosť. V skratke by sme gamifikáciu mohli definovať ako používanie herných prvkov v nehernom prostredí**[Najlepsia definicia gamifikaicie strana 10].** Ďalej je veľmi dôležite spomenúť, že aplikácie a programy používajú gamifikáciu tak robia, nie preto, aby sa z nich stali hry, ale preto aby sa hrám priblížili a využili ich prvky na zvýšenie motivácie používateľa.

Tuto spraviť body na vymenovanie:

Medzi často používane prvky gamifikácie patri : skóre, životy, levely, odznaky, porovnávanie s ostatnými používateľmi a okamžitá spätná väzba.

Napriek tejto, podľa mňa, veľmi dobrej definícii existuje viacero iných, kde mnohé z nich, nesprávne definujú gamifikáciu. Jednou z nich je napríklad veľmi často spomínaná definícia „ide o systém postavený na pravidlách, ktorý dáva používateľovi spätnú väzbu spolu s interaktívnymi mechanizmami s cieľom pomôcť používateľovi zlepšiť schopnosť vytvárania hodnoty“ **[zla gamifikácia, strana 25].** Ďalej budem používať a pracovať s gamifikáciou zadefinovanou v článku **[Najlepšia definícia gamifikácie strana 10]** nakoľko sa podľa môjho názoru najlepšie zhoduje s jej využívaním vo výučbe jazykov.

Ďalej sa v článku budem venovať gamifikácii spojenej s výučbou jazyka**[odkaz na časť o gamifikácii a výučbe jazyka]**

**3. Mobilné učenie**

Označuje nový prístup k učeniu využívajúci mobilné technológie „teoreticky je možné mobilné učenie definovať ako akúkoľvek formu učenia za pomoci zariadenia na batérie, takého že dokáže sprevádzať človeka kedykoľvek a kamkoľvek".**~\cite{deMoraesSarmentoRego2015}**

Mobilné učenie je považované skôr za doplnok k tradičnému štýlu učenia, než jeho úplným nahradením. Medzi hlavné výhody patrí možnosť pokračovať v učení aj mimo školy, učivo prispôsobené študentovi na mieru, rýchlejšia spätná väzba ale aj väčšia sloboda študentov pri práci s látkou, či možnosť spolupráce medzi študentami. **~\cite{deMoraesSarmentoRego2015}.**

V tomto článku sa na mobilne učenie pozerám hlavne z pohľadu jeho využitia na výučbu jazykov. Takéto používanie sa často nazýva MALL (Mobile assisted language learning) a postupne sa takáto forma dostáva do popredia, keďže vďaka možnosti učiť sa kdekoľvek a kedykoľvek, dôkaze zvýšiť angažovanosť a dobre skúsenosti s učením **[zdroj pre mobilne učenie].**

**4. výučba jazykov za pomoci gamifikácie a mobilného učenia**

**=> daj obrázky Duolingo**

Učenie jazyka je dlhodobý proces, na ktorý je potrebné mať dostatočné množstvo motivácie a času. Preto je výhodné zväčšiť si časové možnosti používaním mobilného učenia**[odkaz na časť o mobilnom uční].** Zároveň je na zlepšenie motivácie možné použiť gamifikáciu, ktorá motiváciu preukázateľne zvyšuje **[odkaz na časť 3].**

Preto je v dnešnej dobe gamifikácia dosť často používaná v kombinácii s mobilným učením, práve na výučby jazykov. Jedna z najviac skúmaných**[odkaz Irán review],** ale zďaleka nie jediných mobilných aplikácii je Duolingo.

Mnoho výskumov poukazuje na funkčnosť tohto riešenia, kde táto gamifikovaná MALL(mobile assisted language learning) aplikácia prekonáva tradičnú formu výučby jazykov **[zdroj pre tabuľku o dropovani].**

Duolingu sa chcem venovať aj z toho dôvodu, že ide o jednu z najviac skúmaných gamifikovaných aplikácii na výučbu jazyka, a to aj preto, že má najviac používateľov **[zdroj pre info o pocte herných prvkov]**.

Čo sa týka gamifikácie, tak Duolingo používa minimálne 22 jej prvkov, kde niektoré z nich boli spomenuté v **[odkaz na časť 1]**, iné sú viditeľné v **[obrázky gamifikácia].**

Pri hodnotení efektivity a funkčnosti tohto riešenia väčšina článkov hodnotených systematicky píše o pozitívach**[odkaz na Irán review]** z nich najviac spomínané je zlepšenie motivácie žiakov, zapájania sa do aktivít a zlepšenie jazykových schopností.

Z týchto zistení je možné usúdiť, že používanie MALL platforiem nielen posunie žiakovi vedomosti ale aj zlepší jeho chuť učiť sa, čo sa o normálnom spôsobe učenia povedať nedá.

**5. Výučba jazykov za pomoci video hier**

Video hry sú sami o sebe pôvodcom gamifikácie a jej prvkov, preto je dôležité overiť ich využiteľnosť vo výučbe. Na rozdiel od MALL aplikácii cieľom väčšiny hier nie je výučba jazyka, napriek tomu je v dnešnej dobe celkom bežné, že sa hráč naučí cudzí jazyk aj pomocou hrania video hier **[Zdroj pre hry v uceni jazykov].** Oproti MALL aplikáciám nejde o priame učenie ale veľa hráčov si vedomosti jazyka zlepšuje a prehlbuje napríklad pri hľadaní návodov ako prejsť daný level, prípade ako funguje mechanika danej hry.

Tak ako pri výučbe jazykov aj tu sa akademici snažia nájsť spôsoby ako využiť hry na učenie jazykov, alebo aj iných aktivít. Ich prístup sa dá rozdeliť do rôznych kategórii. Niektorí tvoria hry zamerané čisto na učenie, takzvané seriózne hry, ale nájdu sa aj taký, ktorý len upravia a doplnia pôvodnú hru o prvky podporujúce učenie. Oba spôsoby sú časovo aj finančne dosť náročné.

Ako funkčný koncept sa ukazuje hra, ktorá motivuje hráča ku hľadaniu si informácii, prípadne spolupráci a socializáciou s komunitou aj po splnení základných úloh v hre**[Zdroj pre hry v uceni jazykov].**

Zaujímavý bol aj koncept hry používaný v americkej armáde s názvom Tactical Iraqi. Táto hra bola používaná na výučbu iránčiny, spolu s miestnymi zvykmi a gestami. Aj keď na rok vydania táto hra používala veľmi moderné technológie motivácia naučiť sa nepochádzala z vnútorného presvedčenia, ale z nutnosti naučiť sa jazyk ak chcel daný vojak prežiť**[tactical iraqi velky clanok]**.

Podľa zistení akademikov sa zatiaľ nepodarilo preukázať priamu súvislosť medzi hraním hier a naučením sa jazyka. Jediné čo bolo zistené je, že MMO hry majú väčší potenciál naučiť hráča nový jazyk, avšak nie pre ich vyučujúce vlastnosti, ale pre ich prepojenosť s komunitou.

**6.Záver**

Tak ako je napísané v kapitole 4**[odkaz na kapitolu 4]** naučenie jazyka je komplikovaný proces vyžadujúci značné úsilie a časovú investíciu žiaka do učenia. Na základe výsledkov mnohých štúdií je žiadúce na zlepšenie motivácie a študijných výsledkov použiť gamifikáciu ak by nám išlo o vytvorenie novej vyučovacej platformy, alebo používať niektorú z už skôr vytvorených platforiem poskytujúcich možnosti na učenie.

V prípade používania hier už však nemôžme pristúpiť ku takémuto konštatovaniu, keďže zatiaľ nebola preukázaná priama súvislosť medzi ich hraním a možnosťou naučiť sa jazyk. Najväčšiu šancu na naučenie jazyka by mal hráč, ktorý je hrou nútený, alebo motivovaný hľadať si ku hre návody a informácie, alebo hráč hry podporujúcej vytváranie komunity hráčov **[odkaz na kapitolu 5].**

**Reakcie na temy z prednasky:**

spoločenské súvislosti informatiky

**história informatiky**

Zaujímavý pohlaď od začiatkov informatiky cez navrhnutie a popis tranzistora až po výrobu procesorov skladajúcich sa z miliónov takýchto súčiastok. Ďalej sme sa dozvedeli o histórii takých velikánov ako je firma Intel ci o tom, že morov zákon ma iba 4 strany, čo ma veľmi prekvapilo.

Vďaka objavom prezentovaným na prednáške sme dokázali prekonať obrovsky spoločensky posun ku ktorému sa v oblasti učenia cudzích jazykov vyjadrujem v mojom článku.

**technológia a ľudia**

Na tejto prednáške sa spomínali rôzne prístupy ku tvorbe projektu. Najviac opísaný bol scrum, prístup ku vytváraniu projektu. Tento pristup je založený na postupnom pridávaní, iterovaní do kódu/projektu podľa spatnej väzby zákazníka. Takisto dáva bližšie termíny a rozoberá veľkú funkcionalitu do tzv. šprintov. Ďalšia funkcionalita sa pridáva do zoznamu kde na vrchole je najviac požadovaná funkcionalita.

Pre mňa malo táto prednáška význam z toho dôvodu, že som si uvedomil, že aj keď na univerzite zatiaľ prevláda jednotlivá práca na projektoch tak v reálnom živote, budem súčasťou tímu so zabehnutými procesmi a postupmi, kde je veľmi dôležitá spolupráca.

**udržateľnosť a etika**

Prešli sme si definíciami udržateľnosti aj etiky, ďalej sme si zadefinovali udržateľný rozvoj, čo je v dnešnej dobe veľmi dôležité. V podstate ide o to aby sme maximalizovali využitie zdrojov tak aby nedochádzalo k ich postupnému vyčerpaniu, ale aby mohlo dochádzať k ich prirodzenej obnove.

V mojom článku je udržateľnosť dôležitá hlavne z pohľadu udržania motivácie študenta pri učení cudzieho jazyka.

Zdroj: <file:///C:/Users/samor/Documents/Metody%20inzinierskej%20prace/ine%20ako%20clanok/gamification%20systematic%20study.pdf>

Citacia dole

Review viacerych studii o dopade gamifikacie na vyucbu jazykov

Chart

Description automatically generated

Z gamification systematic review -> mohlo by sa hodit to spomenut

Chart, pie chart

Description automatically generated

Table

Description automatically generated

Chart

Description automatically generated

This study gained numerous advantages yielded by using gamification in LFL. The most frequently reported advantages of using gamification in LFL were enhanced learner motivation and increased student engagement, which can be ascribed to the essence of gamification based learning method which allows learners to engage mentally and physically (Ardoiz Garcıa, 2017). This finding is in line with a previous study (Looyestyn, Kernot, Boshoff, Ryan, Edney, & Maher, 2017) which have shown how gamification increase the engagement of learners.

Gamification also takes into account three learners' psychological needs: autonomy, competence, and relatedness that motivates the learners in LFL (Landers, Bauer, Callan, & Armstrong, 2015). This research also confirms that gamification in LFL improves the courses from several perspectives, with the key findings suggesting that this kind of learning helps learners to improve their personalized learning (own space), reading, vocabulary, pronunciation, writing, listening, and grammar skills, peer interaction and teacher interaction, positive attitude, and overall learning performance. The advantages of using gamification in LFL along with sample articles and the frequency of each benefit reported by previous studies are shown in Table 4.

Kniha: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/978-3-319-10208-5.pdf

Gamification attempts to harness the motivational power of games in order to promote participation, persistence and achievements. Prior research on games focused on fun, enjoyment and fl ow as core components of game play (Garris, Ahlers, & Driskell, 2002 ; Hsu & Lu, 2004 ; Malone, 1980 , 1981 ; Sweetser & Wyeth, 2005 ). Yet understanding how to promote motivation by carefully crafted achievements and rewards functions should be revisited especially in light of the current debate. Moreover, the idea of using game mechanics and dynamics to drive participation and engagement mostly by using extrinsic motivation is worth examination because research suggests that using an extrinsic reward may have a significant negative effect on motivation by undermining free-choice and self-reported interest in the given task (Bielik, 2012 ; Deci, 1972 ). In contrast, a recent study of badge systems suggests that negative aspects are mostly attributable to poor design (Antin & Churchill, 2011 ; Bielik, 2012 ). Hence, it is still not clear what effect these mostly extrinsic game mechanics have on intrinsic motivation and how exactly they affect motivation, both positively and negatively (Bielik, 2012 ). In summary, serious games and gamifi cation are sometimes distinct but often are interchangeable as indicated by the games mentioned in Fig. 2.1 . In order to deepen our understanding of the role of rewards and interpretation of players’ motivations for engaging and playing, we offer a theoretical model containing a spectrum of motivation theories.

Diagram, venn diagram

Description automatically generated

While the goal is to create and maintain intrinsic motivation, gamification is the application of extrinsic motivators. Careful selection and implementation of these motivators will trigger internal motivation and aid in maintaining it. For example, a combination of a progress bar and a leaderboard is likely to generate excitement, commitment, a will to finish a gamified activity in a successful manner, and even to repeat the experience

**Naozajstna definicia gamifikacie**

Zdroj: https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/2181037.2181040

“Gamification” is the use of game design elements in non-game contexts **strana 10**

To summarize: “Gamification” refers to

• the use (rather than the extension) of

• design (rather than game-based technology or other gamerelated practices)

• elements (rather than full-fledged games)

• characteristic for games (rather than play or playfulness)

• in non-game contexts (regardless of specific usage intentions,

contexts, or media of implementation).

**Zdroj s ktorym nesuhlasim**

Zdroj: http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/14-Huotari.pdf

Gamifikacia:

“service packaging where a core service is enhanced by a rules-based service system that provides feedback and interaction mechanisms to the user with an aim to facilitate and support the users’ overall value creation.”

**Vyborne popisana gamifikacia a jej vplyvy na motivaciu**

Zdroj: https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0

Potential and areas of application of gamification

The potential of gamification is based on comprehensive motivational support and the conveying of flow experiences. Ryan and Deci ( [2000](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR11) , pp. 56–65) distinguish between intrinsic and extrinsic motivation. Intrinsic motivation arises directly from a task, while extrinsic motivation is always directed toward an external goal, such as a goal. B. financial reward directed. Traditional incentive mechanisms are usually based on an increase in extrinsic motivation, such as B. on setting financial incentives. Such incentives often only have a short-term impact, which quickly diminishes through habituation effects (McGonigal [2011](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR7), pp. 45–48). However, IT-based, gamified additional services enable an increase in the intrinsic user motivation with regard to a core service (McGonigal [2011](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR7) , pp. 52-115):

* Increasing satisfaction: The continuous documentation of one's own behavior visualizes progress made, enables achievable, personal goals to be derived and allows immediate feedback, so that feelings of high performance arise.
* Conveying optimism: Gamification gives users self-determination and the experience of success or the hope of being able to achieve success of their own accord.
* Enabling social interaction: The entry into a social community associated with gamification makes it possible to exchange and/or compete with it.
* Conveying meaning: Gamification often gives users a stake in solving higher-level problems that are beyond their capabilities.

These mechanisms enable the experience of control, autonomy, and fun, central prerequisites for flow experiences that reinforce the voluntary use of playable bundles of services and increase the willingness and ability of individuals to perform (McGonigal 2011, pp. 35–38 [)](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR7) . By setting extrinsic incentives, however, intrinsic motives and flow experiences can also be activated in a targeted manner (Ryan and Deci [2000](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR11), pp. 63–65). For example, B. Badges not only an intrinsic need to collect, but also an extrinsically motivated striving for recognition. This allows pervasive incentive mechanisms to be designed that go far beyond financial incentives. Gamification therefore has a high potential to change behavior and to effectively support the learning processes that occur:

* Behavioral change **:** Gamification allows for linking behavioral changes with positive emotional feedback. This can not only support the introduction of new behaviors, but also change habitualized behavior. This is usually unconscious and automated, so that traditional incentives often come to nothing. By conveying positive emotions, gamification can break up existing behaviors, overwrite them with new ones and solidify them by setting new stimuli (Ortiz de Guinea and Markus [2009](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR8) , pp. 438–441).
* Supporting learning processes: Gamification breaks down tasks into a large number of subtasks and milestones. These are then repeated by participants according to the principle of "trial and error" until the problem to be solved can be successfully solved and a certain skill level has been reached (McGonigal 2011 p. 127-132 [)](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR7) . By designing tasks that increase in difficulty, cognitive structures can be specifically built to consolidate the learning content (Simões et al. [2013](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR12) , p. 348).

Gamification enables the support and transformation of operational value creation processes. It is currently most widely used in marketing, e.g. B. to improve customer loyalty and image. The current use in innovation (e.g. *Smart Design Contest* [footnote9](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#Fn9) ), sales (e.g.*LevelEleven* ), after-sales (e.g.*freshdesk* [footnote10](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#Fn10) ) or management processes (e.g.*Work Simple* [footnote11](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#Fn11) ), illustrates the applicability of the approach along the value chain. The support of learning processes is a second main area of ​​application (cf. Simões et al.[2013](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR12) ). Microsoft motivates Office users with*Ribbon Hero* [footnote12](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#Fn12) through points and rewards that can be earned while using Office programs to learn new features. Deloitte was able to participate in its*Leadership Academy through gamification* [footnote13](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#Fn13) increase significantly. Another area of ​​application includes the area of ​​"common good" (Haller et al.[2011](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#ref-CR3) , p. 106). This includes e.g. B. Personal well-being applications (e.g.*HealthMonth* [footnote14](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#Fn14) ) or environmental protection (e.g.*Google PowerMeter* [footnote15](https://link.springer.com/article/10.1007/s11576-013-0368-0#Fn15) ). However, many companies also use such an orientation to charge their own gamification approaches with an overarching meaning (so-called*epic meaning* ).

**Graphical user interface, text, application

Description automatically generated**

**Dropout z ekurzov moznost poukazat na to, ze elearning nema same vyhody a preto sa oplati ist do gamifikacie aby sme offsetly tieto nevyhody a prinutili ludi viac pouzivat a ucit sa**

**Zdroj:** [**https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131505000096#fig1**](https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131505000096#fig1)

Several studies have been conducted related to dropouts from on-campus and distance education courses. However, no clear definition of dropout from academic courses was provided. Consequently, this study proposes a clear and precise definition of dropout from academic courses in the context of e-learning courses. Additionally, it is documented in literature that students attending e-learning courses dropout at substantially higher rates than their counterparts in on-campus courses. Little attention has been given to the key factors associated with such substantial difference. This study explores two main constructs: (1) academic locus of control; and, (2) students’ satisfaction with e-learning. Results show that students’ satisfaction with e-learning is a key indicator in students’ decision to dropout from e-learning courses. Moreover, dropout students (non-completers) reported to have significantly lower satisfaction with e-learning than students who successfully completed (completers or persistent students) the same e-learning courses. Additionally, results of this study show that the academic locus of control appears to have no impact on students’ decision to drop from e-learning courses.

**Zavyslost na socialnych mediach a jej dopad na ucenie**

**Zdroj:** **https://cyberpsychology.eu/article/view/11562**

**Texty vhodne na ďalšiu prácu**

Over the years, designers of systems from different domains haveadopted many techniques to promote these desired aspects. One ofthese techniques is gamification, which is the use of video gameelements (instead of full-fledged games) in non-game applications toimprove the user experience

Also, although some studiesindicate that gamification negatively influenced certain aspects, themean of the aspects shows that gamification was either indiffer-ent or positive[RQ3]. An interesting fact is that gamification hasproved to be more effective at enhancing student interaction thanat increasing engagement and motivation.

**(https://dl.acm.org/doi/epdf/10.1145/3167132.3167347)**

For example, Dehganzadeh, Fardanesh, Hatami, Talaee, and Noroozi (2019) conducted a review of gamification in the field of learning English as a Second Language (ESL) and discovered that publications report positive outcomes related to motivation, engagement, and enjoyment, but do not highlight the specific gamification aspects that benefit these learning outcomes.

Duolingo stands as one of the most gamified MALL apps (Govender & Arnedo-Moreno, 2020).

In their systematic review on the effects of digital gamification in language learning since 2015, Dehganzadeh and Dehganzadeh (2020) found that most studies reported increases in student motivation and engagement in gamified environments.Gamification involves using game-based mechanics, aesthetics, and game thinking to engage people, motivate action, promote learning, and solve problems (Kapp, 2012). Gamification implements game elements and ideas in contexts other than games themselves to increase commit-ment and influence participant behavior (Marczewski, 2013).

While the topic of gamification has seen significant increase in research and practical use over the last several years, scholars still debate the definition, necessity, and value of gamification. In his piece, ‘Redefining Gamification’, Werbach (2014) advocates for gamification to be understood as ‘the process of making activities more game like’ (p. 266).

While other gamified MALL apps like Babbel and Busuu offer some-what similar experiences, Duolingo is significantly more widespread due to the freemium business model and non-English learning options (Loewen et al., 2019). Govender and Arnedo-Moreno (2020), in their survey of gamification elements in MALL applications identified 22 gamification elements in Duolingo’s design, including (but not limited to) progress indicators (daily goal and experience points, unlocking levels), feedback (correct/incorrect answer), fixed reward schedule (expe-rience points), time-dependent rewards (streaks), customization (buying Figure 1. duolingo’s gamification elements.

**https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09588221.2021.1933540**

**Table

Description automatically generated**

Additionally we could mention other research projects which uses gamification for teaching advanced courses, achieving positive results regarding student's learning [30], for example a course for Descriptive Geometry for Architecture [31] or programming courses [32]. Also, competitiveness is used as one of the main factors to be taken into account for this research, since it has been shown that students develop their cognitive skills iJET ‒ Vol. 15, No. 20, 2020 195 Paper—Adapting Competitiveness and Gamification to a Digital Platform for Foreign Language Learning better in a competitive context to improve their overall performance [33] and optimize the execution of certain activities through gamification [34].

**Zdroje**

**Velke review vplyvu gamifikacie na ucenie jazyka**

@article{dehganzadeh2020investigating,

title={Investigating effects of digital gamification-based language learning: a systematic review},

author={Dehganzadeh, Hossein and Dehganzadeh, Hojjat},

journal={Two Quarterly Journal of English Language Teaching and Learning University of Tabriz},

volume={12},

number={25},

pages={53--93},

year={2020},

publisher={University of Tabriz}

}

**Najlepsia definicia gamifikacie na ktoru sa vsetci odvolavaju**

*@inproceedings{10.1145/2181037.2181040, author = {Deterding, Sebastian and Dixon, Dan and Khaled, Rilla and Nacke, Lennart}, title = {From Game Design Elements to Gamefulness: Defining "Gamification"}, year = {2011}, isbn = {9781450308168}, publisher = {Association for Computing Machinery}, address = {New York, NY, USA} }*

**Definicia gamifikacie zla**

@inproceedings{huotari2011gamification,

title={Gamification” from the perspective of service marketing},

author={Huotari, Kai and Hamari, Juho},

booktitle={Proc. CHI 2011 Workshop Gamification},

year={2011}

}

**Edropout**

@article{LEVY2007185,

title = {Comparing dropouts and persistence in e-learning courses},

journal = {Computers & Education},

volume = {48},

number = {2},

pages = {185-204},

year = {2007},

issn = {0360-1315},

doi = {https://doi.org/10.1016/j.compedu.2004.12.004},

url = {https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131505000096},

author = {Yair Levy},

keywords = {Computer-mediated learning, Dropout rates, e-Learning, Students’ satisfaction, Academic locus of control, Business administration, Persistence in e-learning courses},

}

**Zdroj pre tabulku o dropoutovani**

**Tiez moze byt pouzity na ukazanie pozitivnosti gamifikacie**

@article{HarveCuadr2020h0,

author = { Norman Harvey Arce and Ana Cuadros Valdivia },

title = { Adapting Competitiveness and Gamification to a Digital Platform for Foreign Language Learning },

journal = { International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET) },

volume = { 15 },

number = { 20 },

year = { 2020 },

month = { October },

pages = { 194--209 },

address = { Kassel, Germany },

publisher = { International Journal of Emerging Technology in Learning },

issn = { 1863-0383 },

abstract = { Due to globalization growth, learning a second language is a necessity to develop in an increasingly demanding multicultural environment. However, at present we still find that some traditional methodologies are still being applied for teaching, which represents a problem for current students, also called digital natives, because these methodologies should adapt to this digital age of technology and knowledge. To solve this problem, a digital resource for foreign language learning was developed taking into account competitiveness and gamification as bases to motivate students and engage them into the course. The objective of this tool is to improve the processing of theoretical information obtained making use of a virtual environment which has competitive activities and gamification elements such as: obtaining medals for completing tasks, user's progress bar and ranking according to the scores obtained, so that students are motivated and improve their learning... },

url = { https://www.learntechlib.org/p/218340 }}

**Zdroj pre Závislosť na sociálnych mediach a jej dopad na učenie**

@article{Hou\_Xiong\_Jiang\_Song\_Wang\_2019,

title={Social media addiction: Its impact, mediation, and intervention}, volume={13}, url={https://cyberpsychology.eu/article/view/11562}, DOI={10.5817/CP2019-1-4}, abstractNote={&lt;p&gt;This research examined the relations of social media addiction to college students’ mental health and academic performance, investigated the role of self-esteem as a mediator for the relations, and further tested the effectiveness of an intervention in reducing social media addiction and its potential adverse outcomes. In Study 1, we used a survey method with a sample of college students (N = 232) and found that social media addiction was negatively associated with the students’ mental health and academic performance and that the relation between social media addiction and mental health was mediated by self-esteem. In Study 2, we developed and tested a two-stage self-help intervention program. We recruited a sample of college students (N = 38) who met criteria for social media addiction to receive the intervention. Results showed that the intervention was effective in reducing the students’ social media addiction and improving their mental health and academic efficiency. The current studies yielded original findings that contribute to the empirical database on social media addiction and that have important theoretical and practical implications.&lt;em&gt;&lt;/em&gt;&lt;/p&#38;gt;}, number={1}, journal={Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace}, author={Hou, Yubo and Xiong, Dan and Jiang, Tonglin and Song, Lily and Wang, Qi}, year={2019}, month={Feb.}, pages={Article 4} }

**Zdroj pre mobilne ucenie**

@inbook{inbook,

author = {Rego, Izabel},

year = {2015},

month = {01},

pages = {705-720},

title = {Mobile language learning: How gamification improves the experience},

doi = {10.1007/978-3-642-54146-9\_76}

}

**zdroj pre info o pocte gamifikacnych prvkov**

**Gamification in mobile assisted language learning**

@article{doi:10.1080/09588221.2021.1933540,

author = {Mitchell Shortt and Shantanu Tilak and Irina Kuznetcova and Bethany Martens and Babatunde Akinkuolie},

title = {Gamification in mobile-assisted language learning: a systematic review of Duolingo literature from public release of 2012 to early 2020},

journal = {Computer Assisted Language Learning},

volume = {0},

number = {0},

pages = {1-38},

year = {2021},

publisher = {Routledge},

doi = {10.1080/09588221.2021.1933540},

URL = {

https://doi.org/10.1080/09588221.2021.1933540

},

eprint = {

https://doi.org/10.1080/09588221.2021.1933540

}

}

**Zdroj pre hry v uceni jazykov:**

@article{godwin2014games,

title={Games in language learning: Opportunities and challenges},

author={Godwin-Jones, Robert},

journal={Language Learning \& Technology},

volume={18},

number={2},

pages={9--19},

year={2014},

publisher={University of Hawaii National Foreign Language Resource Center}

}

**Tactical Iraqi velky zdroj**

@inproceedings{losh2005country,

title={In country with tactical iraqi: Trust, identity, and language learning in a military video game},

author={Losh, Elizabeth},

booktitle={Digital Experience: Proceedings of the Digital Arts and Culture Conference 2005},

pages={69--78},

year={2005}

}