

Д. В. Касьянов

ГРА В КОНТЕКСТІ ГЕЙМІФІКАЦІЇ: КУЛЬТУРНИЙ, ФЕНОМЕНОЛОГІЧНИЙ ТА ЕТИЧНИЙ ВИМІРИ

Анотація. У статті здійснено комплексний філософський аналіз гри як ключового елементу гейміфікації, що охоплює культурні, феноменологічні, етичні й методологічні виміри. Вихідною точкою є класичні концепції, які визначають гру як первинний культурний феномен, соціальну практику та відкриту категорію, що утримується мережею «сімейної схожості». У цьому контексті гра постає не лише як форма дозвілля, а й як фундаментальний спосіб організації людського досвіду, що формує символічні структури культури. Сучасні феноменологічні дослідження розкривають гру як специфічний спосіб переживання світу, який формує тілесність, уяву та інтенціональність, відкриваючи нові горизонти для осмислення людської агентності. Аналіз шахів і концепція агентності демонструють, що гра здатна культивувати увагу, перебудовувати практичне мислення та створювати простір для розвитку когнітивних і соціальних навичок. Гейміфікація постає як інструмент інтеграції ігрових механік у неігрові сфери — освіту, бізнес, управління, комунікацію, але водночас породжує етичні й методологічні виклики, пов'язані з ризиком маніпуляції, редукції складних процесів і комерціалізації ігрового досвіду. Організаційні ігри демонструють потенціал гри як методу розвитку колективного мислення, формування спільних стратегій та інноваційних рішень. У результаті гра осмислюється як багатограний феномен, що поєднує культурний, феноменологічний та етичний виміри, і стає ключовим елементом гейміфікації у сучасному суспільстві, відкриваючи нові можливості для розуміння людської діяльності та трансформації соціальних практик.

Ключові слова: гра, гейміфікація, феноменологія, агентність, увага, культура, колективне мислення, етика.

Постановка проблеми. У сучасному суспільстві гра перестала бути виключно сферою дозвілля та розваг. Вона дедалі більше інтегрується у різні сфери життя — освіту, бізнес, політику, військову справу, цифрові технології тощо. Цей процес отримав назву «гейміфікація», що означає використання ігрових механік у неігрових контекстах для стимулювання участі, мотивації та досягнення певних результатів.

Попри широку популярність гейміфікації, її філософські засади залишаються недостатньо дослідженими. Класичні концепції гри (наприклад, Й. Гейзинги, Р. Каюа, Л. Вітгенштейна) окреслюють її культурну та соціальну значущість, але не дають відповіді на питання про те, як гра функціонує у новітніх цифрових і соціальних практиках. Автори сучасних досліджень (зокрема,

С. Т. Нгуєн, С. Ньюолм, К. Егертон, Дж. Пеццано, А. Філіпович, В. Мота та Е. Дуарте, З. Ручинська, Е. Евінк) пропонують нові інтерпретації гри як феномену, що формує агентність, увагу, колективне мислення та етичні виміри взаємодії.

Проблема полягає в тому, що гра як елемент гейміфікації потребує комплексного філософського аналізу, який поєднав би класичні та сучасні підходи. Також слід з'ясувати, чи можна розглядати гру не лише як інструмент мотивації, а й як фундаментальний спосіб організації людської діяльності, що має культурне, феноменологічне й етичне значення.

Отже, постановка проблеми окреслює потребу у філософському осмисленні гри як ключового елементу гейміфікації, що дасть змогу зрозуміти її роль у сучасному суспільстві та визначити теоретичні засади для подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематика гри та гейміфікації має значний інтелектуальний ґрунт, який охоплює як класичні концепції, так і сучасні дослідження.

Так, Й. Гейзинга у праці «Homo Ludens» наголошує, що гра є первинним культурним феноменом, старшим за саму культуру, адже вона формує соціальні практики та символічні структури [1]. Подібну лінію розвиває Р. Каюа, який у «Man, Play and Games» класифікує ігри за типами (agon, alea, mimicry, ilinx) та підкреслює їхню роль у соціалізації [2]. Л. Вітгенштейн у «Philosophical Investigations» вводить концепт «сімейної схожості», демонструючи, що поняття «гра» не має єдиної сутності, а утримується мережею подібностей [3].

Дослідники також звертаються до феноменології як методу осмислення ігрового досвіду. Наприклад, А. Філіпович аналізує відеоігри як культурний феномен цифрової доби, що трансформує антропологічні практики [4]. В. Мота та Е. Дуарте вважають, що феноменологія дає змогу зрозуміти цифрові ігри завдяки тілесності, інтенціональності та спільному творенню сенсу [5]. З. Ручинська досліджує роль уяви у VR, наголошуючи на її функції в передбаченні можливостей дії та творчості [6]. Е. Евінк розглядає світ як гру, спираючись на ідеї Фінка, Гадамера та Паточки, що відкриває нові горизонти для розуміння ігрової метафори [7].

У своєму дослідженні К. Лукман аналізує шахи з точки зору медіа, які культивують увагу, поєднуючи інтуїтивне сприйняття та раціональне розмірковування [8]. А от М. Рідж доводить, що шахи залишаються грою, уточнюючи визначення «грати» в контексті концепції Б. Сьютса [9]. С. Т. Нгуєн у статті «Games and the Art of Agency» наголошує, що ігри є мистецтвом формування агентності, адже вони змінюють наші цілі та практичне мислення [10].

Гейміфікацію як додавання ігрових елементів до неігрових активностей аналізує С. Ньюолм, він звертає увагу на її побічні ефекти й етичні наслідки [11]. К. Егертон розглядає гейміфікацію всередині самих ігор, підкреслюючи її суперечливий вплив на ігровий досвід [12]. Д. Бенкс досліджує методологічні засади воєнних ігор, наголошуючи на їхньому епістемологічному потенціалі [13]. Дж. Пеццано критикує «ігрове мислення», вказуючи на необхідність розширення академічних форм вираження знання за межі письма [14].

Г. Щедровицький та С. Котельников у статті «An Organization Game as a New Form of Organizing and a Method for Developing Collective Thinking Activity» наголошують, що організаційна гра є не лише формою гри, а й методом розвитку колективного мислення, де учасники виступають співорганізаторами діяльності [15].

Отже, сучасний дискурс поєднує класичні концепції гри як культурного феномену з феноменологічними й етичними дослідженнями цифрових ігор і гейміфікації. Це дає змогу розглядати гру не лише як розвагу, а й як інструмент формування агентності, уваги та колективної діяльності, що має значення для аналізу гейміфікації у філософському контексті.

Мета статті — здійснити філософський аналіз гри як ключового елементу гейміфікації, розкрити її культурні, феноменологічні й етичні виміри, а також показати, як вона трансформує агентність, увагу та колективні практики. Дослідження спрямоване на поєднання класичних концепцій із сучасними підходами до цифрових ігор, феноменології та гейміфікації, щоб окреслити теоретичні засади використання гри як інструменту гейміфікації в культурному та соціальному контекстах.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

1) проаналізувати класичні концепції гри у працях Й. Гейзинга, Р. Каюа та Л. Вітгенштейна, визначити їхній внесок у розуміння гри як культурного та соціального феномену;

2) розглянути феноменологічні інтерпретації ігрового досвіду, представлені в сучасних дослідженнях (А. Філіпович, В. Мота та Е. Дуарте, З. Ручинська, Е. Евінк), з акцентом на тілесність, інтенціональність та уяву;

3) дослідити роль гри у формуванні уваги й агентності, спираючись на аналіз шахів (К. Лукман, М. Рідж) та концепцію агентності в іграх (С. Т. Нгуєн);

4) оцінити сучасні підходи до гейміфікації, зокрема її позитивні та негативні наслідки (С. Ньюолм, К. Егертон), а також методологічні аспекти воєнних ігор (Д. Бенкс);

5) критично осмислити концепт «ігрове мислення», запропонований Дж. Пеццано, та його значення для академічного дискурсу;

6) висвітлити організаційні й колективні практики, розроблені у працях Г. Щедровицького та С. Котельникова, як приклад використання гри для розвитку колективного мислення;

7) синтезувати отримані результати для формування цілісного філософського бачення гри як елементу гейміфікації.

Виклад основного матеріалу. Класичні концепції гри. Класичні дослідження заклали фундамент для сучасного осмислення феномену гри та її ролі у культурі й суспільстві. Йоган Гейзинга у праці «Homo Ludens» наголошував, що гра старша за культуру, адже культура, хоч якою нечіткою була б її дефініція, завжди передбачає людське суспільство, а тварини не чекали, поки людина навчить їх грати [1, с. 1]. Це твердження підкреслює універсальність гри як явища, що існує незалежно від культурних форм і соціальних інституцій. Й. Гейзинга також визначав гру як добровільну діяльність, що здійснюється в межах певних правил: «Гра є добровільною діяльністю чи заняттям, що здійснюється в певних фіксованих межах часу й простору, відповідно до правил, які вільно приймаються, але є абсолютно обов'язковими» [1, с. 8].

Роже Каюа у «Man, Play and Games» розвиває ідеї Й. Гейзинга, пропонуючи класифікацію ігор за чотирма типами: *agon* (змагання), *alea* (випадок), *mimicry* (імітація) та *ilinx* (захоплення, екстаз). Він зазначав: «Гра є нагодою для чистої витрати: витрати часу, енергії, винахідливості, майстерності й часто грошей. Попри це — або саме через це — гра становить необхідний елемент людського соціального й духовного розвитку» [2, с. 10].

Так, Р. Каюа засвідчує парадоксальність гри: вона може здаватися марною витратою ресурсів, але саме ця «марність» робить її важливим чинником соціалізації та духовного розвитку.

Л. Вітгенштейн у «Philosophical Investigations» вводить концепт «сімейна схожість», говорячи про те, що поняття «гра» не має єдиної сутності: «Ми бачимо складну мережу подібностей, які перекриваються й перехрещуються: іноді загальні подібності, іноді подібності в деталях... Я не можу знайти кращого вислову, ніж “сімейна схожість”» [3].

Цей підхід дає змогу уникнути жорстких визначень і розглядати гру як відкриту категорію, що охоплює широкий спектр практик.

Отже, класичні концепції гри закладають три ключові виміри:

- онтологічний — гра як первинний феномен, старший за культуру (Й. Гейзинга);
- соціокультурний — гра як класифікована форма соціалізації (Р. Каюа);
- епістемологічний — гра як поняття без сутності, але з мережею подібностей (Л. Вітгенштейн).

Зазначені підходи створюють основу для сучасних досліджень гейміфікації, де гра розглядається не лише як розвага, а й як структурний елемент культури, мислення та соціальної взаємодії.

Феноменологічні інтерпретації. Феноменологічний підхід дає змогу розглядати гру як культурний чи соціальний феномен, а також як спосіб переживання світу, що відкриває нові горизонти для осмислення гейміфікації.

А. Філіпович у статті «Phenomenological Aspects of Video Game» наголошує на тому, що в добу цифровізації та глобалізації цифрові технології і комп'ютери дедалі більше проникають у культуру й повсякденне життя, трансформуючи традиційні культурні форми й практики та створюючи простір для глибоких антропологічних змін [4, с. 98]. Це свідчить про те, що відеоігри стають не лише розвагою, а й важливим чинником культурної трансформації.

У праці «Phenomenology and Digital Games» В. Мота та Е. Дуарте зазначають, що феноменологія пропонує цінну перспективу для розуміння цифрових ігор, зосереджуючись на тому, як їх переживають і проживають. У взаємодії людини й комп'ютера феноменологія наголошує на тілесності, інтенціональності та спільному творенні сенсу [5, с. 15]. Відповідно гра постає як досвід, що втілюється через тілесність та інтенціональність, а не лише через абстрактні правила.

З. Ручинська у статті «Embodied and Enactive Imagination in VR» підкреслює, що уява може відігравати особливу роль у нашому досвіді віртуальних сутностей. Зокрема, вона бере участь у передбаченні віртуальних можливостей дії та дає змогу бути творчим у контексті гри [6]. Це відкриває новий вимір для осмислення VR як простору, де уява стає активним учасником ігрового процесу.

У роботі «The World as Play: Fink, Gadamer, Patočka» Е. Евінк розглядає ідею світу як гри. Він пише: «Ця стаття досліджує ідею гри як метафору для розуміння світу як завжди передбаченої рамки всіх досвідів і явищ... значна її частина присвячена роботі Е. Фінка, який розвинув поняття світу як гри» [7, с. 228]. Отже, феноменологічний підхід дає змогу побачити гру як спосіб розуміння світу, що виходить за межі традиційної феноменології та відкриває нові горизонти для філософського аналізу.

Феноменологічні інтерпретації підкреслюють, що гра є не лише культурним або соціальним явищем, а й способом переживання, який формує тілесність, уяву та інтенціональність.

Це створює підґрунтя для осмислення гейміфікації як процесу, що змінює не лише поведінку, а й сам спосіб буття людини у світі.

Ігри, увага й агентність. Нам відомо, що ігри як розважають, так і формують когнітивні й практичні здібності людини. Вони можуть бути інструментом розвитку уваги, мислення та агентності — здатності діяти й приймати рішення.

Наприклад, К. Лукман у статті «Chess and the Cultivation of Attention: Remarks on a Media Theory of Games» пише про те, що ігри як медіа виховують увагу, змушуючи нас мислити, сприймати й відчувати відповідно до їхніх вимог... Шахи є добрим прикладом, адже вони змушують гравців освоювати непереборну складність [8]. Це свідчить про те, що шахи не просто інтелектуальна гра, вони формують здатність до концентрації та складного мислення, поєднуючи інтуїтивне сприйняття з раціональним розмірковуванням.

Зі свого боку М. Рідж у статті «Chess is Still a Game» доводить, що шахи насправді є грою... І ця діалектика навчає нас чогось важливого про нюанси впливового визначення Б. Сьютса «грати в гру» [9]. Так, шахи стають прикладом для уточнення філософських визначень гри, демонструючи, що навіть складні інтелектуальні практики залишаються у межах поняття «гра».

Цікавий вимір додає С. Т. Нгуєн у статті «Games and the Art of Agency». Він зазначає, що ігри є унікальною формою мистецтва, адже формують агентність. Вони не лише пропонують нам оцінювати красу чи наратив, а й змушують приймати нові цілі, втілювати нові форми агентності та тимчасово перебудовувати наше практичне мислення» [10, с. 423]. Це означає, що гра здатна змінювати спосіб мислення людини, створюючи нові моделі поведінки та цілепокладання.

Отже, у філософському вимірі ігри постають як інструмент розвитку уваги, когнітивних навичок й агентності. Вони формують індивідуальні здібності та відкривають нові горизонти для розуміння людської діяльності як такої.

Гейміфікація та критика. Гейміфікація як явище отримала значну увагу сучасних дослідників, адже вона інтегрує ігрові механіки у неігрові сфери — освіту, бізнес, політику, соціальні практики. Проте її вплив оцінюється неоднозначно.

Наприклад, С. Нюхолм у статті «Gamification, Side Effects, and Praise and Blame for Outcomes» визначає гейміфікацію як додавання ігрових елементів до неігрових активностей, щоб стимулювати участь... Розробник спонукає гравців досягати пев-

них результатів, що є побічним ефектом гри [11]. Це підкреслює, що гейміфікація має інструментальний характер, але водночас породжує етичні питання щодо відповідальності за результати.

Своєю чергою К. Егертон у дослідженні «The Gamification of Games and Inhibited Play» пише, що гейміфікацію часто представляють як революційну техніку для просування освіти, фізичної активності, роботи тощо, але також стверджують, що вона шкодить саме тим сферам, які прагне покращити [12]. Тож гейміфікація може мати суперечливий ефект: замість підвищення мотивації вона здатна обмежувати свободу гри та знижувати її цінність як самостійного досвіду.

Ще один дослідник Д. Бенкс у статті «The Methodological Machinery of Wargaming: A Path toward Discovering Wargaming's Epistemological Foundations» звертає увагу на воєнні ігри як специфічну форму гейміфікації. Він зазначає, що такі ігри протягом десятиліть використовувались у воєнній, урядовій та приватній сферах... Однак епістемологічні засади цього методу залишаються недостатньо зрозумілими [13]. Це свідчить про те, що навіть у сферах, де гейміфікація має практичне значення, її методологічні основи потребують глибшого осмислення.

Дж. Пеццано у роботі «Playable Concepts? For a Critique of Videogame Reason» критикує академічний дискурс: «Академічні дослідження, особливо у філософії, некритично припускають, що письмо є найефективнішим способом вираження й комунікації ідей. Відеоігри ж посилюють сенсомоторний спосіб "бачення"... потрібен "ігровий" спосіб мислення» [14]. Автор пропонує розширити інтелектуальні інструменти, визнаючи відеоігри як форму мислення, що виходить за межі традиційного письма.

Отже, сучасні дослідження доводять, що гейміфікація є багатогранним явищем: вона може стимулювати участь і мотивацію, але водночас породжує ризики інструменталізації гри, обмеження свободи й етичні дилеми. Критичний аналіз дає змогу побачити її потенціал, а також небезпеки, які виникають при надмірному використанні ігрових механік у неігрових сферах.

Організаційні та колективні практики. Окремий напрям досліджень гри пов'язаний з її використанням як інструменту організації та розвитку колективного мислення. У цьому контексті особливе значення має концепція організаційної гри, розроблена Г. Щедровицьким і С. Котельниковим.

У статті «An Organization Game as a New Form of Organizing and a Method for Developing Collective Thinking Activity» вони зазначають, що організаційна гра — це не просто гра у звичайному сенсі, а нова форма організації колективної діяльності. Вона водночас є методом розвитку колективного мислення, де учасники виступають і гравцями, і співорганізаторами самої діяльності [15, с. 57]. Цей підхід демонструє, що гра може бути не лише індивідуальним досвідом чи формою розваги, а й способом структурування групової роботи. Організаційна гра створює умови для спільного мислення, де кожен учасник бере участь у формуванні правил, завдань і цілей. Таким чином гра стає інструментом колективної рефлексії та розвитку, що виходить за межі традиційних уявлень про ігрову діяльність. Вона перетворюється на методологічний засіб, який дає змогу групі вирішувати конкретні завдання та формувати нові способи мислення і взаємодії.

Отже, організаційні та колективні практики демонструють, що гра може бути використана як метод розвитку мислення й комунікації у групі. Це відкриває перспективи для застосування гейміфікації у сфері мотивації чи навчання, а також у побудові нових форм колективної діяльності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведений аналіз засвідчив, що гра є багатограним феноменом, який виходить далеко за межі розваги. Класичні концепції Й. Гейзинги, Р. Каюа, Л. Вітгенштейна заклали фундамент для розуміння гри як культурного, соціального й епістемологічного явища. А от сучасні феноменологічні дослідження розкривають гру як спосіб переживання світу, що формує тілесність, уяву й інтенціональність (А. Філіпович, В. Мота та Е. Дуарте, З. Ручинська, Е. Евінк). Дослідження шахів К. Лукмана й М. Ріджа та концепція агентності С. Т. Нгуєна доводять, що гра здатна культивувати увагу й перебудовувати практичне мислення.

Гейміфікація постає як інструмент, що інтегрує ігрові механіки у неігрові сфери, але водночас породжує етичні та методологічні виклики (С. Ньюолм, К. Егертон, Д. Бенкс, Дж. Пеццано). Організаційні ігри демонструють потенціал гри як методу розвитку колективного мислення та нових форм взаємодії (Г. Щедровицький та С. Котельников).

З огляду на зазначене гра як елемент гейміфікації може бути осмислена у трьох ключових вимірах:

- культурному — як первинний феномен, що формує соціальні практики;
- феноменологічному — як спосіб переживання світу через тілесність, уяву та інтенціональність;
- етичному та методологічному — як інструмент, що може стимулювати участь, але водночас потребує критичного осмислення наслідків.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на:

1) поглиблений аналіз феноменології цифрових ігор, зокрема VR та AR, як нових форм тілесного й уявного досвіду;

2) дослідження етичних аспектів гейміфікації, включно з питаннями свободи, мотивації та відповідальності за результати;

3) вивчення організаційних ігор як інструментів розвитку колективного мислення у сучасних освітніх та управлінських практиках;

4) синтез класичних і сучасних концепцій гри для створення цілісної філософської моделі гейміфікації;

5) аналіз впливу гри на агентність та увагу в контексті цифрової культури та штучного інтелекту.

Отже, гра як елемент гейміфікації відкриває широкі перспективи для філософського осмислення та практичного застосування, що робить її одним із ключових концептів сучасної гуманітарної думки.

Список використаних джерел

1. Huizinga J. *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*. New York : Roy Publishers, 1950. URL: <https://archive.org/details/homoludensstudyo-1950huiz> (дата звернення: 10.02.2026).
2. Caillois R. *Man, Play and Games*. Urbana and Chicago : University of Illinois Press, 1961. URL: <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/09/Man-Play-and-Games-by-Roger-Caillois.pdf> (дата звернення: 10.02.2026).
3. Wittgenstein L. *Philosophical Investigations*. New York : Macmillan, 1958. URL: https://archive.org/details/philosophicalinvestigations_201911 (дата звернення: 10.02.2026).
4. Filipović A. *Phenomenological Aspects of Video Game*. *Kultura Polisa*. 2024. Vol. 21. № 2. Pp. 98–123. URL: https://www.researchgate.net/publication/381849097_Phenomenological_Aspects_of_Video_Game (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.51738/Kpolisa2024.21.2r.98f>.

5. Mota V. F., Duarte E. F. Phenomenology and Digital Games: Perspectives on Why and Directions on How. *PhenoHCI 2025 (CEUR Workshop Proceedings)*. 2025. Vol. 4131. Pp. 15–20. URL: <https://ceur-ws.org/Vol-4131/paper3.pdf> (дата звернення: 10.02.2026).
6. Rucińska Z. Embodied and Enactive Imagination in VR. *Journal of the Philosophy of Games*. 2024. Vol. 5. № 1. URL: <https://journals.uio.no/JPG/article/view/10633> (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.5617/jpg.10633>.
7. Evink E. The World as Play: Fink, Gadamer, Patočka. *Research in Phenomenology*. 2024. Vol. 54. № 2. Pp. 228–251. URL: https://www.researchgate.net/publication/382747795_The_World_as_Play_Fink_Gadamer_Patocka (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.1163/15691640-12341548>.
8. Lukman C. Chess and the Cultivation of Attention: Remarks on a Media Theory of Games. *Journal of the Philosophy of Games*. 2024. Vol. 5. № 1. URL: <https://journals.uio.no/JPG/article/download/10785/10066/44634> (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.5617/jpg.10785>.
9. Ridge M. Chess is Still a Game. *Journal of the Philosophy of Games*. 2024. Vol. 5. № 1. URL: <https://journals.uio.no/JPG/article/view/10845> (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.5617/jpg.10845>.
10. Nguyen C. T. Games and the Art of Agency. *The Philosophical Review*. 2019. Vol. 128. № 4. Pp. 423–462. URL: https://www.researchgate.net/publication/333005189_Games_and_the_Art_of_Agency (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.1215/00318108-7697863>.
11. Nyholm S. Gamification, Side Effects, and Praise and Blame for Outcomes. *Minds and Machines*. 2024. Vol. 34. № 1. URL: https://www.researchgate.net/publication/380101624_Gamification_Side_Effects_and_Praise_and_Blame_for_Outcomes (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.1007/s11023-024-09661-5>.
12. Egerton K. The Gamification of Games and Inhibited Play. *Open Philosophy*. 2025. Vol. 8. № 1. Pp. 1–18. URL: https://www.researchgate.net/publication/390462450_The_Gamification_of_Games_and_Inhibited_Play (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.1515/opphil-2025-0064>.
13. Banks D. E. The Methodological Machinery of Wargaming: A Path toward Discovering Wargaming's Epistemological Foundations. *International Studies Review*. 2024. Vol. 26. № 1. viae002. URL: <https://academic.oup.com/isr/article/26/1/viae002/7595765> (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.1093/isr/viae002>.
14. Pezzano G. Playable Concepts? For a Critique of Videogame Reason. *Open Philosophy*. 2025. Vol. 8. № 1. Pp. 35–44. URL: https://www.researchgate.net/publication/390462442_Playable_Concepts_For_a_Critique_of_Videogame_Reason (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.1515/opphil-2024-0057>.
15. Shchedrovitskii G. P., Kotel'nikov S. I. An Organization Game as a New Form of Organizing and a Method for Developing Collective Thinking Activity. *Soviet Psychology*. 1988. Vol. 26. № 4. Pp. 57–90. URL: https://lchc.ucsd.edu/mca/Mail/xmcamail.2012_04.dir/pdfBA7MhSSxC.pdf (дата звернення: 10.02.2026). DOI: <https://doi.org/10.2753/RPO1061-0405260457>.

References

1. Huizinga, J. (1950). *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*. New York : Roy Publishers. Retrieved from <https://archive.org/details/homo-ludensstudy1950huiz>.
2. Caillois, R. (1961). *Man, Play and Games*. Urbana and Chicago : University of Illinois Press. Retrieved from <https://voidnetwork.gr/wp-content/uploads/2016/09/Man-Play-and-Games-by-Roger-Caillois.pdf>.
3. Wittgenstein, L. (1958). *Philosophical Investigations*. New York : Macmillan. Retrieved from https://archive.org/details/philosophicalinvestigations_201911.
4. Filipović, A. (2024). Phenomenological Aspects of Video Game. *Kultura Polisa*, 21 (2), 98–123. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/381849097_Phenomenological_Aspects_of_Video_Game. DOI: <https://doi.org/10.51738/Kpolisa2024.21.2r.98f>.
5. Mota, V. F., & Duarte, E. F. (2025). Phenomenology and Digital Games: Perspectives on Why and Directions on How. *PhenoHCI 2025 (CEUR Workshop Proceedings)*, 4131, 15–20. Retrieved from <https://ceurws.org/Vol-4131/paper3.pdf>.
6. Rucińska, Z. (2024). Embodied and Enactive Imagination in VR. *Journal of the Philosophy of Games*, 5 (1). Retrieved from <https://journals.uio.no/JPG/article/view/10633>. DOI: <https://doi.org/10.5617/jpg.10633>.
7. Evink, E. (2024). The World as Play: Fink, Gadamer, Patočka. *Research in Phenomenology*, 54 (2), 228–251. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/382747795_The_World_as_Play_Fink_Gadamer_Patocka. DOI: <https://doi.org/10.1163/15691640-12341548>.
8. Lukman, C. (2024). Chess and the Cultivation of Attention: Remarks on a Media Theory of Games. *Journal of the Philosophy of Games*, 5 (1). Retrieved from <https://journals.uio.no/JPG/article/download/10785/10066/44634>. DOI: <https://doi.org/10.5617/jpg.10785>.
9. Ridge, M. (2024). Chess is Still a Game. *Journal of the Philosophy of Games*, 5 (1). Retrieved from <https://journals.uio.no/JPG/article/view/10845>. DOI: <https://doi.org/10.5617/jpg.10845>.

10. Nguyen, C. T. (2019). Games and the Art of Agency. *The Philosophical Review*, 128 (4), 423–462. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/333005189_Games_and_the_Art_of_Agency. DOI: <https://doi.org/10.1215/00318108-7697863>.
11. Nyholm, S. (2024). Gamification, Side Effects, and Praise and Blame for Outcomes. *Minds and Machines*, 34 (1). Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/380101624_Gamification_Side_Effects_and_Praise_and_Blame_for_Outcomes. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11023-024-09661-5>.
12. Egerton, K. (2025). The Gamification of Games and Inhibited Play. *Open Philosophy*, 8 (1), 1–18. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/390462450_The_Gamification_of_Games_and_Inhibited_Play. DOI: <https://doi.org/10.1515/opphil-2025-0064>.
13. Banks, D. E. (2024). The Methodological Machinery of Wargaming: A Path toward Discovering Wargaming's Epistemological Foundations. *International Studies Review*, 26 (1), viae002. Retrieved from <https://academic.oup.com/isr/article/26/1/viae002/7595765>. DOI: <https://doi.org/10.1093/isr/viae002>.
14. Pezzano, G. (2025). Playable Concepts? For a Critique of Videogame Reason. *Open Philosophy*, 8 (1), 35–44. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/390462442_Playable_Concepts_For_a_Critique_of_Videogame_Reason. DOI: <https://doi.org/10.1515/opphil-2024-0057>.
15. Shchedrovitskii, G. P., & Kotel'nikov, S. I. (1988). An Organization Game as a New Form of Organizing and a Method for Developing Collective Thinking Activity. *Soviet Psychology*, 26 (4), 57–90. Retrieved from https://lchc.ucsd.edu/mca/Mail/xmcamail.2012_04.dir/pdfBA7MhSSxC.pdf. DOI: <https://doi.org/10.2753/RPO1061-0405260457>.

D. V. Kasyanov

PLAY IN THE CONTEXT OF GAMIFICATION: CULTURAL, PHENOMENOLOGICAL, AND ETHICAL DIMENSIONS

Abstract. *The article presents a comprehensive philosophical analysis of play as a key element of gamification, encompassing cultural, phenomenological, ethical, and methodological dimensions. The starting point is classical concepts that define play as a primary cultural phenomenon, a social practice, and an open category sustained by a network of “family resemblances.” Within this framework, play emerges not merely as a form of leisure but as a fundamental mode of organizing human experience, shaping the symbolic structures of culture. Contemporary phenomenological studies reveal play as a specific way of experiencing the world, one that shapes embodiment, imagination, and intentionality, thereby opening new horizons for understanding human agency. The analysis of chess and the concept of agency demonstrate that play can cultivate attention, restructure practical thinking, and create a space for the development of cognitive and social skills. Gamification appears as a tool for integrating game mechanics into non-game domains — education, business, management, communication — while simultaneously generating ethical and methodological challenges related to manipulation, reduction of complex processes, and commercialization of play. Organizational games illustrate the potential of play as a method for developing collective thinking, forming shared strategies, and fostering innovative solutions. Ultimately, play is conceptualized as a multifaceted phenomenon that unites cultural, phenomenological, and ethical dimensions, becoming a central element of gamification in contemporary society and opening new possibilities for understanding human activity and transforming social practices.*

Keywords: *play, gamification, phenomenology, agency, attention, culture, collective thinking, ethics.*

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРА

Касьянов Дмитро Володимирович — канд. філос. наук, старший науковий співробітник відділу створення та використання інтелектуальних мережних інструментів, НЦ «Мала академія наук України», м. Київ, Україна, d.kasianov@icloud.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-1915-3329>

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Kasyanov D. V. — PhD in Philosophy, Senior Researcher of the Department of Creating and Using Intelligent Networking Tools, NC “Junior Academy of Sciences of Ukraine”, Kyiv, Ukraine, d.kasianov@icloud.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-1915-3329>

Рукопис надійшов до редакції / Received 11.02.2026

Рукопис прийнято до друку / Accepted 03.03.2026

Опубліковано / Available online 30.04.2026



Licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License