

ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.26794/2226-7867-2020-10-1-46-50
УДК 378.14(045)

«Геймифицируй», или почему современному образованию нужны игры (на примере студентов, обучающихся по направлениям «Социология» и «Политология»)

М.Р. Кармова

Финансовый университет, Москва, Россия
<https://orcid.org/0000-0001-7393-0119>

АННОТАЦИЯ

Современные образовательные учреждения сталкиваются с серьезными проблемами, связанными с мотивацией и вовлечением студентов в учебный процесс. «Геймификация», или включение игровых элементов в неигровые настройки дает возможность образовательным учреждениям решить эти проблемы. Однако, если геймификация полезна для высшей школы, мы должны детально проанализировать, что она из себя представляет и как функционирует. В данной статье рассматриваются важные вопросы: какие существуют потенциальные преимущества и «подводные камни» геймификации?

Ключевые слова: геймификация; образование; мотивация; вознаграждение; цифровизация; технологии; игровая механика; высшая школа

Для цитирования: Кармова М.Р. «Геймифицируй», или почему современному образованию нужны игры (на примере студентов, обучающихся по направлению «Социология» и «Политология»). *Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета*. 2020;10(1):46-50. DOI: 10.26794/2226-7867-2020-10-1-46-50

ORIGINAL PAPER

“Gamification” or Why Modern Education Needs Games on the Example of Students of Sociology and Political Sciences

M.R. Karmova

Financial University, Moscow, Russia
<https://orcid.org/0000-0001-7393-0119>

ABSTRACT

Modern educational institutions face serious problems related to the motivation and involvement of students. Gamification or inclusion of game elements in non-game settings allows educational institutions to solve these complex problems. However, if gamification should be useful for higher education, we must analyse in more details what gamification is, how it functions and why it can be helpful. This article addresses three key questions, what, how, and why bother, in the study of both potential benefits and pitfalls of gamification.

Keywords: “gamification”; education; motivation; reward; digitalisation; technology; game mechanics; higher school

For citation: Karmova M.R. “Gamification” or why modern education needs games on the example of students of sociology and political sciences. *Gumanitarnye Nauki. Vestnik Finansovogo Universiteta = Humanities and Social Sciences. Bulletin of the Financial University*. 2020;10(1):46-50. DOI: 10.26794/2226-7867-2020-10-1-46-50

ВВЕДЕНИЕ

Игры и игровые элементы начали вторгаться в реальный мир. Геймификация, определяемая как использование игровой механики, динамики и структур для продвижения желаемого поведения, нашла свое отражение в таких областях, как маркетинг, политика, здравоохранение и фитнес. До сих пор геймификация чаще всего использовалась как умный способ продвижения бизнеса или продукта. Однако потенциал геймификации выходит за рамки пропаганды здорового образа жизни и маркетинговых стратегий. Геймеры добровольно тратят бесчисленные часы на развитие навыков решения проблем в контексте игр [1]. Они признают ценность расширенной практики и развивают личные качества, такие как настойчивость, креативность и устойчивость, благодаря игре. Геймификация пытается использовать мотивационные возможности игр и применять их к реальным проблемам, например, в высшей школе. Мотивация и вовлеченность являются основными проблемами для современной системы образования. С точки зрения Р.Л. Дафта, понятие «мотивация» — это силы, существующие внутри или вне человека, которые возбуждают в нем энтузиазм и упорство при выполнении определенных действий» [2, с. 360].

В данной статье автор ищет ответы на три фундаментальных вопроса, касающихся геймификации образования: что? Как? И зачем?

АНАЛИЗ ДЕФИНИЦИЙ ТЕРМИНА «ГЕЙМИФИКАЦИЯ»

Исходя из контент-анализа определений термина «геймификация», можно сделать вывод, что она, как полагают многие авторы, представляет собой применение игровых методик в неигровых процессах.

- Геймификация — новейшая бизнес-концепция с использованием лучших идей, взятых от программ лояльности, игровых механик и поведенческой экономики [3, с. 8–10].

- Геймификация — внедрение элементов удовольствия в неигровую деятельность [4].

- Геймификация — использование подходов, характерных для компьютерных игр, игрового мышления в неигровом прикладном программном обеспечении с целью привлечения пользователей и повышения их мотивации в использование программы, интереса к решению прикладных задач [5, с. 122].

- Геймификация — это использование игровых метафор, игровых элементов и идей в кон-

тексте, отличном от игры, для повышения мотивации и приверженности, а также для влияния на поведение пользователей.

Серьезные игры — предназначенные для определенной цели, связанной с тренировками, а не только для развлечения [6].

ВОПРОС 1: ЧТО? ОПРЕДЕЛЕНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

Факт присутствия в высших школах нескольких игровых элементов неоспорим. Студенты получают баллы за правильное выполнение заданий. Эти баллы впоследствии переводятся в оценки. Студенты получают вознаграждение за желаемое поведение и наказываются за нежелательное поведение. Если они успешно справляются с выдвинутыми образовательным учреждением нормами, у них появляется возможность повысить свой уровень в конце каждого учебного года. В отличие от вышеописанного процесса, видеоигры и виртуальные миры превосходно взаимодействуют. 28 млн человек ежедневно собирают урожай в FarmVille и более 5 млн человек играют в World of Warcraft более 40 часов в неделю (<http://us.blizzard.com/en-us/company/press/pressreleases.html?101007>). Очевидно, что наличие игровых элементов не означает непосредственное участие. Следовательно, важно понять, при каких обстоятельствах игровые элементы могут влиять на учебное поведение. Используя систему правил и игр Салена и Циммермана (2003), мы можем лучше разобраться с последствиями геймификации [7]. Например, правила школы в их нынешнем виде следует понимать не только как формальные последствия, но также с точки зрения их эмоционального и социального воздействия на «игроков» школы. Отказ от обучения в школе происходит на социальном и эмоциональном уровнях, проблемы же усугубляются формальными правилами школы, как среднеобразовательной, так и высшей. Геймификация может изменить правила, но она также может повлиять на эмоциональный опыт учащихся, их чувство идентичности и социальное положение. Проекты геймификации предлагают возможность экспериментировать с правилами, эмоциями и социальными ролями. Изучение дополнительных библиотечных ресурсов по теме, которая преподается в аудитории, предоставляет возможность получения дополнительных баллов. Идеальная посещаемость и выполнение домашнего задания в полном объеме и вовремя также гарантирует получение дополнительных баллов.

Получение роли модератора на семинаре, стремление задавать лучшие вопросы — все это сводится к одному знаменателю: набору баллов. Играя по этим правилам, учащиеся разрабатывают новые рамки для своей образовательной деятельности, что может побудить студентов к более активному участию и даже повысить их самооценку [8].

Существующие проекты геймификации применяют эти принципы в совершенно разных масштабах. С одной стороны, геймификация на микроуровне — отдельные преподаватели, которые геймифицируют свои собственные структуры семинаров. Например, Ли Шелдон, профессор Политехнического института Ренсселера, отказался от традиционной оценки в пользу получения «баллов, основанных на собственном опыте» и преобразовал домашние задания в квесты [9]. Quest to Learn, новая чартерная школа в Нью-Йорке, использует игровой дизайн в качестве организационной структуры для преподавания и обучения. Гейм-дизайнеры работают вместе с преподавателями, чтобы разработать игровые учебные планы и включить игровые элементы в учебный процесс [10].

ИГРОВОЙ СЛОЙ

Геймифицированный календарно-тематический план включает в себя множество различных внеаудиторных мероприятий. Автор концептуализирует внеаудиторную работу как бесплатный модульный инструментарий для инструкторов, которые могут приспособить свои собственные учебные потребности к игровой мета-игре, которую ведут опытные дизайнеры и преподаватели. Эта метаигра, в свою очередь, пытается стимулировать конкретную постановку целей, четкое общение и сознательное развитие идентичности студентов как учащихся. В настоящее время многие образовательные учреждения разрабатывают и тестируют аналогичные проекты как настраиваемый бумажный и онлайн-инструментарий, который, как представляется автору, продемонстрирует, насколько он эффективен.

Мы должны понимать, какие проблемы необходимо решить, и разрабатывать системы для их решения. Геймификация может обеспечить только инструменты, и эти инструменты должны давать результаты, которые стоят вложений.

ВОПРОС 2: КАК? ЦЕЛИ И МЕТОДЫ

Образовательная геймификация предлагает использовать игровые системы правил, игровой

опыт и культурные роли для формирования поведения учащихся. Однако, чтобы понять потенциал геймификации, мы должны рассмотреть, как эти методы лучше всего использовать на практике. В этом разделе представлены три основные области, в которых геймификация может служить вмешательством.

Когнитивная

Игры предоставляют игрокам сложные системы правил для изучения с помощью активных экспериментов и открытий. Например, в очевидно простой мобильной игре Angry Birds участники сбивают башни из рогатки, выпуская птиц. Игроки должны поэкспериментировать, чтобы выяснить физические свойства различных материалов башен, способности рогатки и структурные недостатки каждой башни. Они запускают птиц, наблюдают за результатами, планируют свои следующие шаги и осуществляют эти планы. Короче говоря, желание игроков пройти каждый уровень делает их физиками-экспериментаторами небольшого масштаба. В более широком смысле игры помогают участникам овладеть мастерством и вовлекают их в выполнение потенциально сложных задач [11]. Одной из важнейших техник игрового дизайна является поставка конкретных задач, которые идеально соответствуют уровню навыков игрока, с последующим увеличением сложности. Конкретные, в меру трудные непосредственные цели мотивируют учащихся [12, с. 24]. Игры также позволяют студентам выбирать свои собственные подзадачи в рамках более крупной задачи. Это поддерживает мотивацию и вовлеченность. Такие методы, применяемые в школах, могут изменить взгляды учащихся на образовательный процесс. Геймификация дает ученикам четкие, действенные задания и обещает им немедленное вознаграждение, а не расплывчатые долгосрочные выгоды.

Эмоциональная

Игры вызывают целый ряд сильных эмоций, от любопытства до разочарования и радости. Они дают положительные эмоциональные переживания, такие как оптимизм и гордость. Самый яркий пример эмоциональной трансформации в игре — проблема неудачи. Поскольку игры включают в себя повторные эксперименты, они также связаны с повторным провалом. Фактически во многих случаях единственный способ научиться играть — это неоднократно терпеть неудачу,

каждый раз чему-то учась [1]. Неудивительно, что ученики испытывают беспокойство, а не предвкушение, когда им предоставляется шанс потерпеть неудачу. Геймификация может сократить циклы обратной связи, дать учащимся возможность оценивать свои собственные возможности с низкой ставкой и создать среду, в которой поощряются усилия, а не мастерство. Студенты, в свою очередь, могут научиться воспринимать неудачу как возможность, а не становиться беспомощными, напуганными или подавленными.

Социальная

Игры позволяют игрокам примерить новые личности и роли, предлагая им принимать внутриигровые решения с их новых точек зрения. В видеоиграх участники исследуют свои новые стороны в безопасном пространстве игры. Например, застенчивый подросток может стать лидером гильдии, командуя десятками других игроков в эпических битвах с легионами врагов. Геймификация также позволяет студентам публично идентифицировать себя как ученых через игру. Пример игровой механики:

- вызовы — цели, которые нужно достичь;
- выстрел — элемент случайности и удачи;
- взаимодействие и сотрудничество;
- порядок игры;
- обратная связь, при которой игроки должны видеть результаты своей работы, чтобы двигаться вперед;
- беспроигрышная ситуация;
- неигровые контексты.

Последний компонент определения — неигровые контексты — подразумевает ситуации, когда необходимо достичь различных неигровых целей.

Основные ступени эффективного внедрения геймификации включают в себя: [13, с. 91–124]:

- формулировку основной задачи;
- определение целевого поведения игроков;
- описание типов игроков;
- разработку структуры игры;
- оценку игры с точки зрения участника;
- использование различных опций игры.

ВОПРОС 3: ЗАЧЕМ БЕСПОКОИТЬСЯ? РИСКИ И ПРЕИМУЩЕСТВА

Сильные стороны геймификации и образовательных учреждений могут быть взаимодополняющими, но это не обязательно так. Существуют способы, которыми геймификация и школы могут негативно влиять друг на друга. Геймификация

может мотивировать учащихся на занятия в аудитории, дать преподавателям более эффективные инструменты для руководства и поощрения учащихся, а также побудить учащихся полностью посвятить себя учебе. Она способна показать им, как образование может приносить радость, а стирание границ между неформальным и формальным обучением — вдохновить студентов на получение знаний на протяжении всей жизни. Проблемы, однако, также являются значительными и должны быть рассмотрены. Геймификация может поглотить ресурсы преподавателя или дать понять студентам, что они должны учиться только при условии внешнего вознаграждения. С другой стороны, игра требует экспериментировать, терпеть неудачу, исследовать множество личностей, контролировать свои собственные инвестиции и опыт [14].

ПРИМЕРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ГЕЙМИФИКАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ НАПРАВЛЕНИЯ «ПОЛИТОЛОГИЯ»

Геймификация образовательных концепций может помочь студентам участвовать в учебном процессе иначе, чем в обычной обстановке в аудитории. А что, если бы существовал способ вовлечь избирателей в их местную, государственную и национальную политику посредством геймификации?

В рамках обучения студентов факультета социологии и политологии можно использовать интернет-викторины, чтобы помочь им понять свои предпочтения в политике.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Наряду с созданием проектов по геймификации мы должны дать им оценку — достигают ли они своих целей. Поскольку геймификация распространяется по всему миру, нет никаких сомнений, что она повлияет на наши школы. Проводя научно-исследовательские, основанные на теории проекты геймификации, мы можем обеспечить ее положительное влияние на студентов. Игрофикация станет частью их жизни на долгие годы. Высокие технологии подарили нам не только смартфоны, планшеты, WiFi и YouTube. Современные технологии меняют мир, и одной из тенденций является геймификация бизнеса и жизни. Образовательные учреждения не могут игнорировать этот факт. Геймификация — это мощный инструмент повышения эффективности обучения, который можно использовать практически в любой области знаний.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ/REFERENCES

1. Klopfer E., Osterweil S., Salen, K. Moving learning games forward. 2009. URL: http://education.mit.edu/papers/MovingLearningGamesForward_EdArcade.pdf.
2. Дафт Р.Л. Менеджмент. СПб.: Питер; 2003.
3. Daft R.L. Management. St. Petersburg: Peter; 2003. (In Russ.).
4. Гейб З. Геймификация в бизнесе, как пробиться сквозь шум и завладеть вниманием сотрудников и клиентов. Пер. с англ. М.: Манн, Иванов и Фербер; 2014.
5. Gabe Z. Gamification in business, how to break through the noise and grab the attention of employees and customers. Transl. from Eng. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber; 2014. (In Russ.).
6. Шимчик А. Как превратить жизнь в удовольствие. Интервью с Павлом Ткачиком. URL: <http://inosmi.ru/world/20120708/194507436.html>.
7. Adam Szymczyk. How to turn your life into a pleasure. Interview with Pavel Tkachik (Paweł Tkaczyk). URL: <http://inosmi.ru/world/20120708/194507436.html>. (In Russ.).
8. Макарова А.С. Игрофикация маркетинговых коммуникаций как эффективный способ общения с целевыми аудиториями. *Молодой ученый*. 2012;(8):122–125.
9. Makarova A.S. Gamification of marketing communications as an effective way to communicate with target audiences. *Molodoj uchonyi*. 2012;(8):122–125. (In Russ.).
10. Locke E.A. Goal theory vs. control theory: Contrasting approaches to understanding work motivation. *Motivation and Emotion*. 1991;15:9–28.
11. Zimmerman E., Salen K. Rules of play: Game design fundamentals. Boston, MA: MIT Press; 2003.
12. Corbett S. Learning by playing: Video games in the classroom. URL: <http://www.nytimes.com/2010/09/19/magazine/19video-t.html>.
13. Marczewski A. What's the difference between Gamification and Serious Games? URL: http://www.gamasutra.com/blogs/AndrzejMarczewski/20130311/188218/Whats_the_difference_between_Gamification_and_Serious_Games.php.
14. Gee J.P. Learning and games. In: Katie Salen (ed.) *The ecology of games: Connecting youth, games, and learning*. John D. and Catherine T. MacArthur Foundation series on digital media and learning; 2008.
15. Laster J. At Indiana U., a class on game design, has students playing to win. 2010. URL: <https://www.chronicle.com/blogs/wiredcampus/at-indiana-u-a-class-on-game-design-has-students-playing-to-win/21981>.
16. Bandura A. Social foundations of thought and action: A social-cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall; 1986.
17. Вербач К., Хантер Д. Вовлекай и властвуй: игровое мышление на службе бизнеса. Moscow: Манн, Иванов и Фербер; 2015.
18. Werbach K., Hunter D. Engage and dominate: game thinking in the service of a business. Moscow: Mann, Ivanov and Ferber; 2015. (In Russ.).
19. Koster R. A theory of fun. New York, NY: Paraglyph Press; 2004.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Марьяна Ризоновна Кармова — старший преподаватель Департамента языковой подготовки, Финансовый университет, Москва, Россия
mkarmova@fa.ru

ABOUT THE AUTHOR

Mariana R. Karmova — Senior Lecturer of the Department of Language Training, Financial University, Moscow, Russia
mkarmova@fa.ru

Статья поступила 10.11.2019; принята к публикации 01.12.2019.

Автор прочтала и одобрила окончательный вариант рукописи.

The article received on 10.11.2019; accepted for publication on 01.12.2019.

The author read and approved the final version of the manuscript.