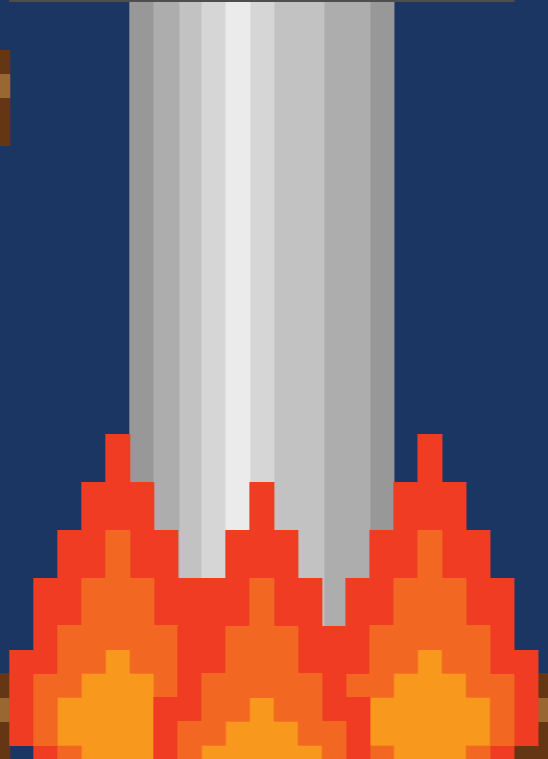
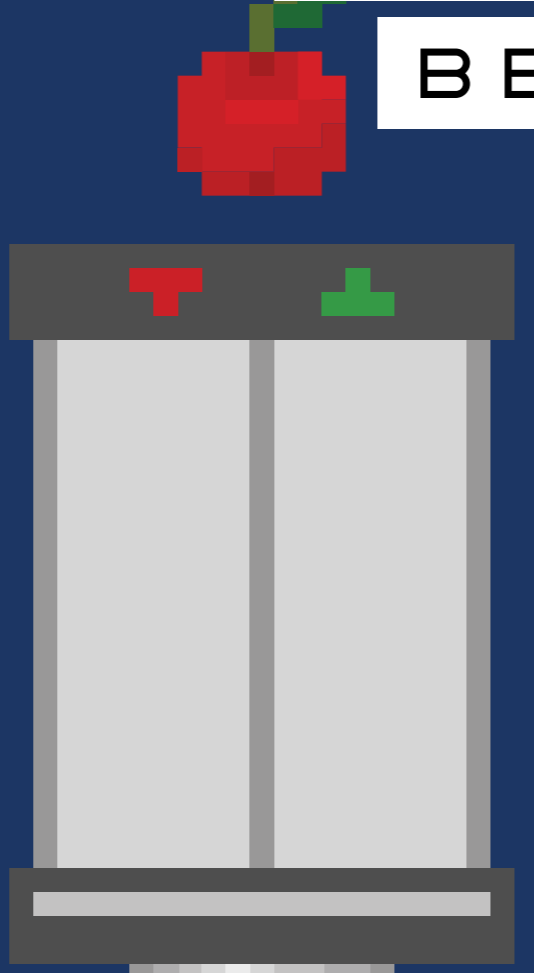




ТЕМА НОМЕРА:

ГЕЙМИФИКАЦИЯ
В E-LEARNING



МНЕНИЯ ЗНАТОКОВ

СТР. 1-4

ЧТО МОЖНО НАЗВАТЬ
ГЕЙМИФИКАЦИЕЙ?

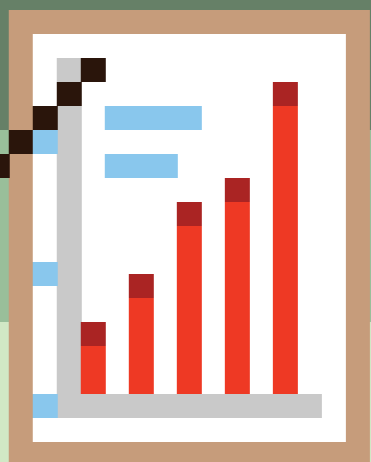
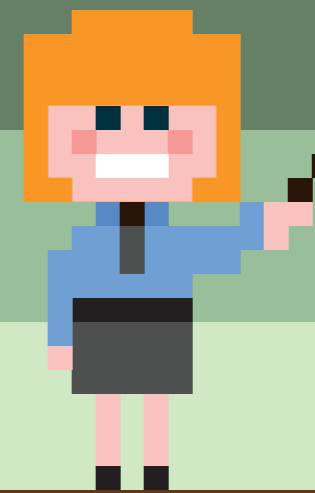
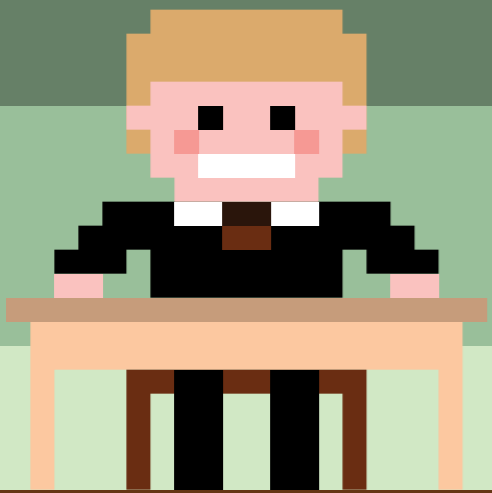
СТР. 5-7

ДМИТРИЙ ЗЕПИВАНСКИЙ

ИНТЕРВЬЮ
С ЭКСПЕРТОМ

СТР. 9-10

ДМИТРИЙ КУНИН



Геймификация – модное слово или реальный тренд в обучении?

Мы задались вопросом, насколько это эффективно...

И обратились за советами к экспертам в области обучения.

Елена Тихомирова,
генеральный директор,
eLearning center

Курс должен быть полностью построен на игровой механике или же она может частично быть использована?

Все зависит от целей обучения. Хотя немного игровой механики – это плюс для любого курса. Но игра должна быть со смыслом, то есть должна учить именно тому, что должно быть в итоге обучения. Вставить в курс вместо теста «Кто хочет стать миллионером?» (только с вопросам теста) – хорошо, но только пару раз. Потом работать уже не будет. Лучше всего, когда есть игровые элементы, которые построены, скажем так, на реальных событиях, то есть нужно сделать то, что будешь делать на работе. Важно все время про цель помнить, а она не в геймификации, а в получении определенного результата после обучения. Может быть нужно делать игру длинной во весь курс, а может быть нужны только элементы.

Какие курсы лучше всего делать именно с помощью геймификации?

А на этот вопрос ответить нельзя. Потому что все зависит и от материала, и от задачи обучения и от целевой аудитории. То есть может быть такой материал, по которому игру сделать просто, но целевая аудитория не примет такой вариант. А может быть игру сделать будет очень трудно, но это будет единственный эффективный вариант обучения для данной задачи.

Денис Якорев,

Начальник отдела разработки

автоматизированных систем обучения ООО "Иторум"

Игра как развлечение и как обучение сильно отличаются друг от друга, но есть какие-то общие элементы, например, баллы, рейтинги и т.д. Механика работы этого мотивационного элемента в учебных курсах аналогична развлечению? Можно и нужно ли в обучающих курсах включать соревновательный эффект, т.е. рейтинги слушателей курсов? И какого эффекта можно добиться?

А действительно ли «игра как развлечение» сильно отличается от «игры как обучение»? Единственное различие, которое приходит мне на ум – назначение: назначение первого типа игры – развлекать, приносить удовольствие и увлекать, а второго – обучать, давать новый опыт, формировать практические навыки.

Но так ли это? Разве мы используем игры в обучении не для того, чтобы сделать его интереснее и привлекательнее? Разве мы не хотим, чтобы наш ученик получил от игры удовольствие?

И еще один интересный вопрос: «А действительно ли, "игры как развлечение" ничему не учат?». [Raph Koster](#) в книге «*A Theory of*

[Fun for Game Design](#)» утверждает совершенно обратное. По его словам, удовольствие, получаемое от игры, имеет физиологическое происхождение и является ни чем иным как вознаграждением за обучение. Так наш мозг поощряет нас учиться и познавать окружающий мир. И у меня нет повода ему не доверять, ведь если сравнить свои умения до начала любой игры и после ее завершения, становится совершенно очевидно, что мы стали в чем-то лучше – быстрее и правильнее принимаем решения и действуем в игровых ситуациях, умеем прогнозировать развитие событий и т.д. Так может корректнее будет фраза о том, что «игры как развлечение» учат, но, зачастую, не тому, что ценно в профессиональной деятельности?

Иными словами, различие заключается в цели и предмете обучения, а не в способе их достижения, не в самом игровом процессе – геймплее.

Подтверждением этой теории служат примеры того, как изначально развлекательные продукты оказываются «ко двору» в самом что ни на есть традиционном обучении, для этого достаточно выполнения двух условий:

- цель игры должна быть похожа, а в идеале полностью совпадать с задачами обучения;
- игра должна в достаточной мере отражать реальность.

На слуху последнее время Minecraft ([ссылка 1](#) | [ссылка 2](#)), но можно встретить и другие упоминания, например использование футбольного симулятора FIFA-12 для обучения тренерскому делу ([ссылка](#) – упоминание на 39 минуте).

На работу отдельных игровых элементов, будь то счетчики очков или награды, на мой взгляд, различия в целях и предмете обучения никакого влияния не оказывают. Их

действие куда масштабнее – цель обучения, ни много ни мало, определяет ВСЮ структуру игры. Ведь создание игры и начинается с ответа на вопрос: "Чему игра будет учить?" и только потом "Как она это будет делать?". Без ответа на первый вопрос любые дальнейшие действия теряют смысл, в то же время, ответ на него дает нам направление в выборе остальных базовых игровых элементов: сюжета, правил игры, траектории развития навыка, сотрудничества или соперничества между игроками и т.д. И от выбора базовых элементов уже зависит, появятся ли в игре счетчики очков, рейтинги или награды.

Нарушение порядка проектирования "сверху-вниз", когда детализация игры идет от цели и предмета обучения к конкретным ситуациям и мелким игровым элементам, может плохо сказаться на эффективности игры. Особенно показателен пример с рейтингами.

Сами по себе рейтинги – отличный инструмент. Они призваны привнести дополнительную мотивацию в игру – стремление оказаться быстрее, выше или сильнее

остальных. И этот элемент отлично работает, чему есть масса примеров, например футбол, баскетбол, список Forbes :) . Сколько усилий прикладывают спортсмены и бизнесмены для того, чтобы быть в рейтинге выше остальных?

Но есть и одно "НО". Наличие рейтинга означает, что достижение цели игры предусматривает соперничество между отдельными участниками, либо командами. Соперничество, безусловно, полезно и хорошо мотивирует, если мы говорим о спорте, но оно может вызывать зависть и озлобленность, Forbes тому пример, а может и оказать абсолютно демотивирующий эффект, если игрок понимает насколько сильно он отстает от лидера. Поэтому использовать его надо очень и очень аккуратно – если вы уверены, что соперники примерно равны по силе, если вы знаете, что это не приведет к разладу между ними, и только при условии, что они решили принять участие в соревновании добровольно. Именно поэтому не рекомендуется использовать классические рейтинги в корпоративном обучении, особенно в тех случаях,

когда учащиеся после обучения должны работать в команде – для развития взаимодействия куда лучше подходит сотрудничество, нежели соперничество. Но, если рейтинг – условие принципиальное, то лучше использовать его обезличенный вариант. Покажите учащемуся его текущий уровень, покажите сколько баллов/очков/процентов ему необходимо набрать, чтобы встать на ступень выше, но не называйте имен. Либо показывайте только ту часть рейтинга, где результаты примерно одинаковы. В общем, не стоит простым смертным глядеть в журнал Forbes – расстройство одно.



Константин Бугайчук,

Ведущий научный сотрудник,

Харьковский национальный университет внутренних дел

Какая зависимость должна быть между дизайном курса и геймификацией? Есть ли какой-то специфический «игровой дизайн»?

Думаю, что выражение «дизайн» можно понимать в двух смыслах. В первом, как педагогический дизайн всего курса. В этом случае мы можем говорить о цели – для чего этот курс нужен, его релевантности этим целям. Также сюда можно отнести наличие основных элементов хорошей игры или я бы сказал истории: сюжет и независимые траектории его развития, герои, проблемные ситуации, элементы соревнования и награды за достижения, «бонусные» главы сюжета – читай курса для наиболее отличившихся.

Главное в этом случае педагогического дизайна – это управление мотивацией и поведением ученика. Все разукрашки, бейджи, рейтинговые таблицы – вопрос вторичный.

На мой взгляд эту концепцию легко поймут люди, которые занимаются презентациями.

Презентация – это не набор слайдов, это целостная история, слайды и их подача. Так и дизайн курса – это не картинки, это цель, игровые элементы и их реализация, то есть процесс.

Если мы будем вести речь о «дизайне», как о некой визуализации курса, то естественно, что универсального рецепта нет. Все зависит от замысла разработчиков. Если это сказка – то нужен герой, злодей, принцесса (награда), меч (средство), время, и, конечно, цель. А нужна ли Иванушке принцесса? Может можно и без нее прожить?

Хотя в практике мне встречался игровой дизайн коннективистского массового открытого курса (не путать с xMOOC). Вот это именно игровой дизайн в стиле фэнтези – кланы, скилы, награды: <http://gamesmooc.shivtr.com>

Для решения каких задач геймификация не подходит вообще?

Ну может если речь идет о том, что геймификация в принципе противопоказана корпоративной культуре и не всегда уместна, например, при оформлении сайтов солидных банков, юридических фирм. Или речь идет об обучении сотрудников с контролирующими функциями – служба безопасности.

Иногда бывает так, что человеку в принципе не хочется играть. И может сложиться ситуация, что профессионал хороший, но он хочет работать в более строгом режиме, у него хорошая мотивация, (а геймификация направлена в первую очередь на ее повышение), т. е. ее повышать игрой не надо, то используя геймификацию мы можем отторгнуть его от выполнения своих прямых обязанностей.

Надо помнить, что не стоит делать игры всегда и для всех – не каждый хочет, например, собирать бейджи или рубить врагов. Надо давать такую возможность тем, кто хочет поиграть, но не следует ограничивать из-за этого всех остальных.

ЧТО МОЖНО НАЗВАТЬ ГЕЙМИФИКАЦИЕЙ?

Автор: Дмитрий Зеливанский, эксперт в игровом компьютерном обучении

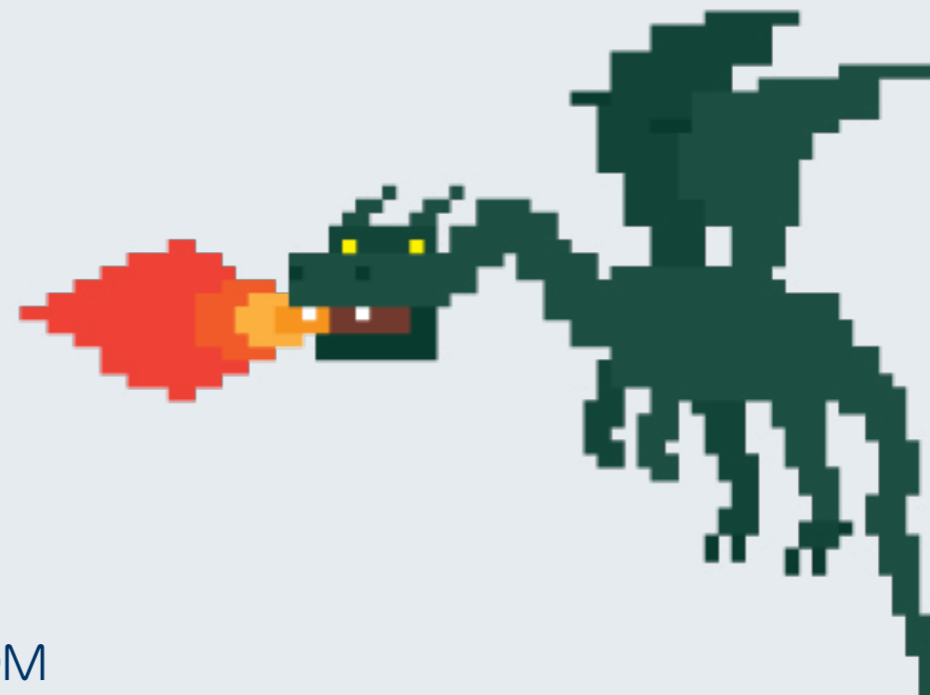
Тема статьи родилась в очередном обсуждении с коллегами вопроса: «можно ли называть геймификацией вставку игровых элементов в обычном теоретическом курсе?»

Действительно, понятие новое, на словарь Даля не сослаться, а британские ученые еще не опубликовали свои находки, поэтому эксперты импровизируют в терминологических баталиях. Самое распространенное определение геймификации – «использование игровых элементов в неигровых контекстах». Мне ближе другое, практически направленное: геймификация – это инструмент вовлечения в процесс. Подразумевается любой бизнес-процесс, в случае с e-learning – учебный.

Необыкновенная популярность компьютерных игр заставила задуматься многих о природе игровых чар и попытаться использовать их в «корыстных» целях. Утилитарный вопрос, на который пытается ответить бизнес – «как сделать, чтобы сотрудники работали с таким же рвением/удовольствием/приверженностью/включенностью/результативностью, с какими они играют в игры» (по последним

данным, в США играют 90% детей и больше половины взрослых)? В обучении мы решаем похожую задачу – как сделать обучение интересным, увлекательным, и, таким образом, эффективным? В этом контексте геймификацию можно рассматривать в ряду других инструментов, «высекающих» искры энергии, путем создания интереса к деятельности. Другой пример – миссия и ценности компании, которые (при правильном внедрении) делают то же самое. Помните известную притчу про двух рабочих на стройке – один в страданиях носил тяжелые камни, второй вдохновенно строил храм, нося тяжелые камни. Или другой противоположный по духу инструмент-мотиватор, способный «выбить» из человека достаточно энергии для деятельности – страх.

Но вернемся к играм и изначальному вопросу про игровые элементы, вставленные в обычный теоретический курс. Я бы ответил

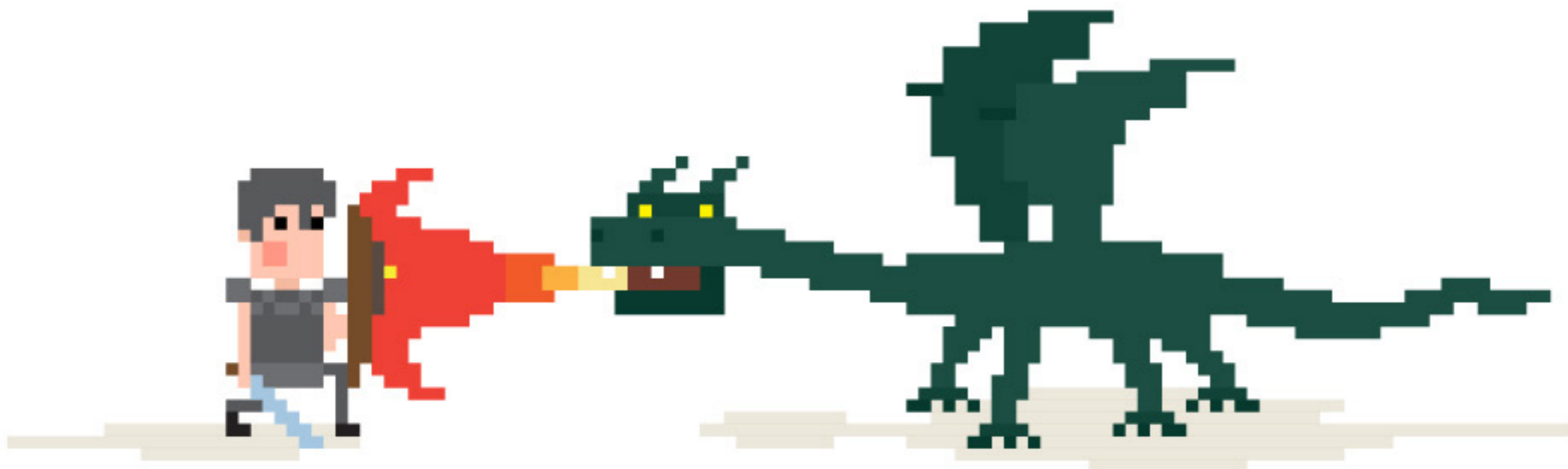


утвердительно – да, любое игровое упражнение в курсе – это элемент геймификации. В геймификации мы не стремимся сделать игру, мы повышаем эффективность обычных бизнес-процессов, путем использования игровых элементов. Мы не играем в учебу, мы учимся играючи. Здесь у многих возникает законный вопрос «подождите, но если так, то я уже давно использую геймификацию – в интерактивных упражнениях, например!» Конечно, ведь игра и игровые элементы – явление древнее. Популярные игровые элементы – уровни, рейтинги, бейджи, очки – издавна использовались в других контекстах (армия, религия, социальная иерархия, спорт), а сюжет, персонажи, сеттинг, жанр взяты из литературы, кино, театра. Мы называем многое давно известное старое новыми терминами. Игры были всегда, но игровой бум возник в результате появления компьютеров и компьютерных игр, которые за последние 20 лет наработали массу способов увлечь и развлечь людей с помощью игровых процессов, и многие

наработки игровой индустрии можно применять в компьютерном обучении. Но самое ценное, на мой взгляд, что мы – разработчики электронного обучения – обязаны взять на вооружение у разработчиков игр коммерческих – это не механики, жанры, элементы, а подход к созданию игр.

Разработчики коммерческих игр находятся в жестких условиях рынка, они вынуждены создавать продукт, который нравится, захватывает, заставляет пользователя платить. Все уже, наверное, слышали про популярную сегодня условно-бесплатную модель монетизации игр, когда играть можно бесплатно, но за какие-то возможности в игре нужно платить? Нужно сделать такой продукт, чтобы пользователь ЗАХОТЕЛ платить за какие-то виртуальные штучки, даже если он может продолжать играть бесплатно!

Такие жесткие условия требуют подхода, который сегодня называют Human Centered Design, в отличие от Function Centered





СООБЩЕСТВА ПО ГЕЙМИФИКАЦИИ В FACEBOOK:

- [Gamification Russia](#)
- [Gamify Russia](#)
- [Gamification of Learning and Instruction](#)

Design, лежавшего в основе разработки программного обеспечения. Суть подхода: пользователю в процессе взаимодействия с предметом разработки должно быть интересно, удобно и полезно одновременно. Очевидно, что развлекательную игру иначе не сделаешь, но сегодня так создаются и другие функциональные продукты, причем не только компьютерные. Геймификация в e-learning – это курсы, в которых основной движущей силой является интерес игрока. В позиции разработчика, который решил использовать геймификацию в своих курсах должен произойти серьезный сдвиг. Именно позиция, внутреннее обязательство делать интересное обучение, а не знание игровых механик и элементов приведет к адекватному результату. Мы идем от человека и от его целей, а не от материала, который «нужно донести». Нас интересует, как Он видит тему, как Он действует, воспринимает материал или процесс обучения, что Ему интересно и актуально, что поможет ему стать успешным, а что не имеет отношения к его жизни и деятельности, хотя дважды написано в корпоративных

стандартах. Что должно произойти именно с этим человеком, чтобы после курса он захотел (!) действовать по-новому? Как вызвать живой интерес к теме, чтобы после короткого курса хотелось применить изученное в деятельности, чтобы игра продолжилась в жизни? В итоге – как вовлечь его в живой процесс познания? Мы не просто доносим нужный материал, мы делаем нейро-педагогическое вмешательство в сознание человека, которое должно сделать его жизнь интереснее и успешнее. Именно такая позиция позволит эффективно использовать игровые скальпели и пинцеты в электронном обучении. Конечно, новый подход требует изменить процесс разработки – нужны интервью, исследования, фокус группы, пробы и ошибки. Мы должны хорошо знать целевую аудиторию, чтобы сделать для нее интересный геймифицированный учебный процесс. И в этом глубокий, уже не утилитарный, смысл геймификации – сделать рабочие процессы интересными, радостными, человеческими. За этим будущее обучения и бизнеса в целом.



Вы занимаетесь разработкой курсов и обучением персонала?

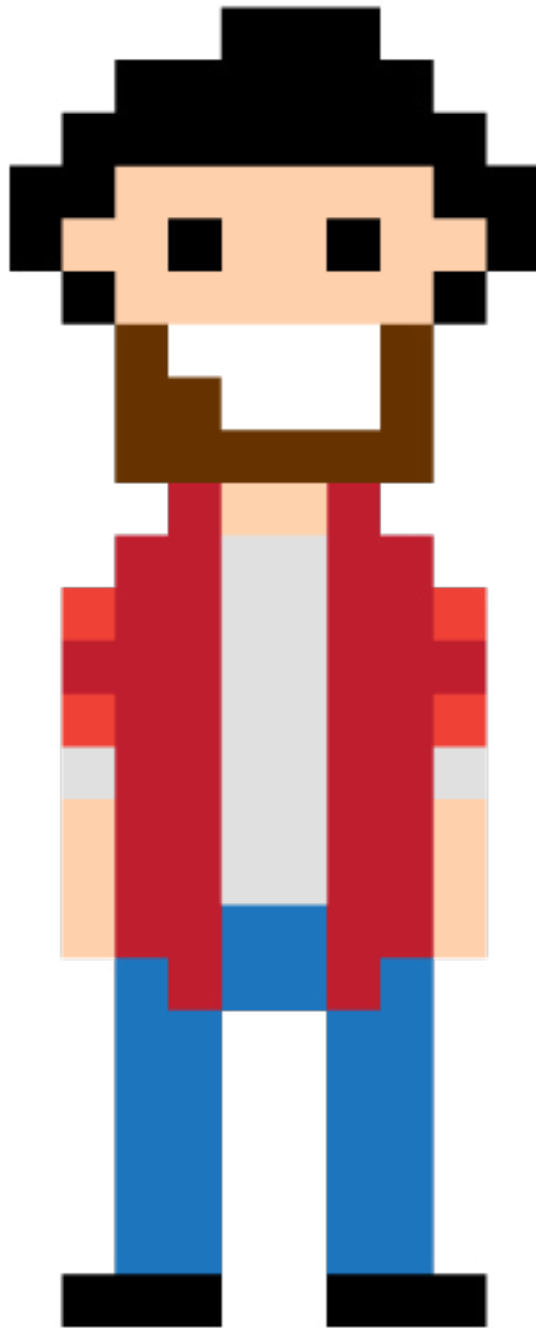
Возьмите лучший опыт и советы от профессионалов для своей работы:

- какие игровые методики хорошо работают в обучении;
- что увлекает и вовлекает слушателя;
- как сэкономить на разработке курса, при этом не потеряв качества;
- чем мотивировать в курсе и как это влияет на результат обучения;
- о механизмах реализации стратегии практикоориентированности в обучении;
- как сделать симуляторы ПО более эффективными;
- в чем интерактивность диалоговых тренажеров.

Организатор:



Посмотреть программу
Пойти на Саммит



ДМИТРИЙ КУНИН

Front-end разработчик, AT-consulting

Профессиональный разработчик электронных курсов

E-learning наконец-то начинает адекватно восприниматься для обучения сотрудников в компаниях, не просто как просмотр слайдов презентации. Дмитрий, вы занимаетесь достаточно интересным направлением – геймификацией электронного обучения. По вашему мнению, в чем "фишка" геймификации в e-learning?

ДК: Фишка геймификации e-learning в сегодняшнем мире, полагаю можно пропустить неоспоримые факты того, что человек с самого младенчества начинает учиться играючи и другие преимущества обучения через игры. Поэтому перейду к той самой "фишке", которую я вижу. Благодаря тому, что сейчас практически любой человек в любую секунду времени находится от игры буквально на расстоянии вытянутой руки, которая тянется в карман за телефоном или в рюкзак за планшетом или игровой приставкой – все больше становится людей, которые считают для себя не чуждым быть "геймерами", пусть и казуальными. Благодаря тому, что этот барьер становится более и более прозрачным, нам все проще становится вовлечь человека в игру.

Какие принципиальные различия существуют между игрой для развлечения и для обучения?

ДК: Фактически никаких – каждая игра... буквально каждая чему-то учит – как минимум правилам этой самой игры. Соответственно, дальше все остается на совести создателя игры, какую ключевую мысль, или посыл, или философию он закладывает в свою игру, или может он изначально закладывает много больше, чем общую идею. Взять за пример

Автор тренингов

[«Courselab: инструмент для разработки электронных курсов»](#)

и

[«Courselab для продвинутых пользователей»](#)

постапокалиптические игры про нападения зомби и прочих товарищей. Дстойные образчики данного вида игр учат нас не только держаться вместе и защищать друг друга, но и показывают на практике, как важно в создавшейся экстренной ситуации найти убежище, оружие, других выживших, провиант и путь к спасению. Поэтому я не вижу разницы между игрой для развлечения, которая параллельно учит выживать, и игрой для обучения, которая учит, например, продавать.

Какими способами игру в учебном курсе можно наиболее эффективно приблизить к реальной рабочей или жизненной ситуации?

ДК: Очень часто создатели курсов немного некорректно воспринимают цель обучения, почему-то во многих ситуациях считается, что цель обучения – донести набор теоретических знаний. Но зачастую это не так, обычно заказчик обучения хочет, чтобы на выходе специалисты не просто обладали набором теоретических знаний, а чтобы они обладали конкретным набором навыков практических, то есть что-то конкретное умели делать руками или головой. Соответ-

ственно, в тот момент, когда мы понимаем, что хотим научить слушателя действовать определенным образом в определенной ситуации, то сразу становится понятно, что для того, чтобы сделать обучение игровым, достаточно воспроизвести практическую ситуацию или ситуацию, близкую к практической в виртуальном мире, вот и вся задача. Конечно же придется выдумывать виртуальные аналоги реальным действиям, но это, как показывает практика, далеко не самая большая сложность.

Как из теоретического, сухого материала можно сделать игровой курс или хотя бы элемент курса?

ДК: Всегда следует исходить не из материала, а из того, как и для чего он может использоваться. И даже если на этот вопрос нет толкового ответа, всегда можно придумать или найти удачную аналогию или аллегорию. Вспомните задачи из школы: нам не просто давали теоремы и примеры, – множество задач были с выдумкой и очень интересны, а главное они давали опору в реальном мире, которая позволяла задействовать не только свои вычислитель-

ные способности, но и свое воображение. Мои любимые примеры – это задачи с поездами, которые движутся навстречу друг другу и прочая дополнительная информация. Касательно более конкретного примера для нашей области. Предположим, вам надо перевести 40 страниц сухой инструкции по пожарной безопасности в игровой курс. Чего проще – поместите слушателя в ситуацию, когда в офисе происходит возгорание (в виртуальном офисе, конечно), и ему нужно выполнить действия в правильном порядке, чтобы успешно спастись и выручить коллег. Сухой юридический текст? Приведите ситуацию с реальными людьми, которые могут решить проблему только прибегнув к корректной юридической практике. Причем добавляя персонажам игры мелких деталей Вы делаете их более интересными – с ними легче ассоциировать себя и, как следствие, легче запомнить сложившуюся ситуацию и ее решение. Ведь когда мы испытываем какие-либо эмоции, когда наши действия могут повлиять на какой-либо значимый исход ситуации с персонажем, за которых мы играем (переживаем) – вот тогда начинается истинное погружение в игру-курс.

Набор на весну открыт!

26-27 марта (ср-чт)

«Педагогический дизайн для электронного обучения: как создавать курсы, которые будут работать?»

28 марта (пт)

«Проектирование интерфейсов электронных курсов»

3-4 апреля (чт-пт)

«CourseLab: инструмент для разработки электронных курсов»

7-8 апреля (пн-вт)

«CourseLab для продвинутых пользователей»

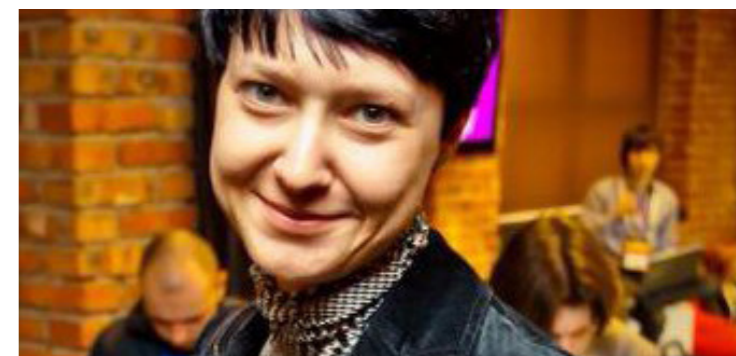
10-11 апреля (чт-пт)

«Разработка курсов в Articulate Storyline»

Чтобы ваши курсы с удовольствием
и пользой для работы проходили сотрудники!

Учиться в Академии!

Авторы курсов:



Елена Тихомирова
Генеральный директор
eLearning center



Дмитрий Кунин
Ведущий front-end разработчик
AT-Consulting



Николай Дворников
Исполнительный директор
eLearning center

