

*Ким Валерия Игоревна  
студентка 3 курса магистратуры,  
факультет управления  
Российский государственный гуманитарный университет  
Россия, г. Москва  
e-mail: lera280393@mail.ru*

*Научный руководитель: Архипова Н.И.  
доктор экономических наук, профессор  
Российский государственный гуманитарный университет  
Россия, г. Москва*

## **ГЕЙМИФИКАЦИЯ В ПРОЦЕССЕ ОРГАНИЗАЦИИ ОБУЧЕНИЯ**

***Аннотация:** Описание внедрения и доказательство эффективности геймификации, как нового инструмента для организации образовательного процесса. Значимость применения элементов компьютерных игр в образовательном процессе. Отличия геймификации от других. Понятие новых терминов «Игрофикация» и «Геймификация».*

***Ключевые слова:** геймификация, игровые методы и технологии, геймификация в обучении.*

*Kim Valeriya Igorevna  
3 year master student  
faculty of Administration  
Russian State University for the Humanities,  
Russia, Moscow*

*Scientific adviser: Arkhipova N.I.,  
doctor of economic sciences, professor  
Russian State University for the Humanities,  
Russia, Moscow*

## **GAMIFICATION IN THE PROCESS OF TRAINING ORGANIZATION**

***Abstract:** Description and prove of efficiency of gamification as a new educational tool. Importance of utilization of certain elements of video games in educational processes. Differences of gamification from other educational techniques. Definition of new terms: "Gamification" and "Game-based education"*

***Key words:** Gamification, game methods and technologies, gamification in education.*

В настоящий момент все области современной жизни терпят кардинальные изменения. В связи с чем многие технологии обучения видоизменяются для более эффективной передачи и восприятия информации обучающимися. Самыми действенными программами обучения являются те, которые основаны на элементах игры. Первые российские исследователи Л.С. Выготский, Г.П. Щедровицкий, Д.Б. Эльконин и др. изучали эффективность и особенность игровых элементов в образовательном процессе. «Игровую технологию, применяемую в образовательном процессе, всецело признают крайне эффективной, универсальной, легко воспроизводимой, подходящей для любой учебной дисциплины и решения практически всех воспитательно-развивающих задач» [1, с. 186–190].

В данный момент изучение и анализ обучающих программ, стало вновь актуально из-за технического развития и популярности виде игр. Они в ряду прочих факторов подталкивают к «переходу к новой образовательной парадигме (парадигме постиндустриального общества) и к новому типу образования (технологическому или проектно-технологическому)» [2 С. 42]. Стоит еще принимать во внимание тот факт, что представители поколения «Z», привыкшие к «клиповому образу мышления», подталкивают к интеграции в уже имеющиеся программы обучения новых технологий. Программы с элементами игровых техник получили названия геймификация. Они систематизируют рабочий процесс для достижения лучшего усвоения материала.

В Мире принято считать, что компьютерные игры, вызывают зависимость и на них уходит очень много времени. Но российские ученые утверждают, что «негативное влияние компьютерных игр сильно преувеличено, а позитивное не изучено» [3, с. 149–158.]. Авторы называют геймификацию (от англ. «gamification») «важной характеристикой новой образовательной платформы» [4]. Такого же мнения и зарубежные исследователи, они исследуют различные возможности включения систем программирования из имеющихся игр в образовательный процесс.

Как понять новый термин и что он из себя представляет, какие плюсы и минусы новых методов и зачем нужно прибегать к помощи новых технологий? Все эти вопросы будут рассмотрены более подробно.

Понятие геймификации.

Первый кто ввел понятие определения геймификация (gamification), был Ник Пеллинг в 2002 году, которое означало использование в программных инструментах сценариев, характерных для компьютерных игр в сферах, далеких от игры [7]. В последствии он стал употребляется повсеместно и широко применяется за пределами США в разных сферах деятельности человека (обучение, управление персонала, бизнес среда)

Самые большие компании мира (IBM, Coca-Cola, Pepsi, Samsung) используют элементы геймификации, привлекая клиентов в игры, увеличиваемая тем самым уровень продаж выпускаемых товаров и услуг. Разработчики игровых программ составляют игры на серьезные темы, подключая клиентов к решению мировых проблем, такие как голода, нищеты, глобального климата и т. д. Геймификация повышает уровень продаж, лояльность клиентов, производительность рабочего процесса, эффективность образовательных процессов. Использование игровых компьютерных техник для привлечения аудитории в разнообразных областях в данный момент становится распространённым явлением.

Существует много определений геймификации. Самые распространение из них:

Геймификация – использование игровых элементов и игровых механик в неигровом контексте [8, с. 16-25].

Геймификация – процесс реализации игровых стратегий в бизнесе [9].

Геймификация – это использование игровых элементов и игрового мышления в неигровом окружении для усиления целевого поведения и вовлечения [10].

«Применение подходов, характерных для компьютерных игр, для неигровых процессов с целью привлечения пользователей и потребителей,

повышения их вовлеченности в решение прикладных задач» [11] – так описывают научные исследователи данный термин.

Пока нет четкого и единственного описания геймификации, но есть совпадающие описание элементов данного явления, которые часто встречаются в различных программах с элементами игры. На основе этого модно подвести итог: техники и методы, которые имеются в видео играх и сделать вывод: механики, используемые к любым другим неигровым областям жизнедеятельности человека, повышают интерес у потребителя или работника к товару или рабочему процессу, а также продлевают желание к выполнению и достижению поставленных результатов.

Геймификация может быть внедрена в различных сферах деятельности, которые являются рутинными, вызывающий у потребителя или исполнителя, уныние и снижение мотивации. Внедряя технологии геймификации, создатель стремится сделать увлекательной необходимую рутину, будь то изучения фундаментальных основ, занятие спортом, освоение управления техникой или ежедневное преподавание дисциплин, но при этом оставив человека в его реальности, самим собой, позволяя совершенствовать необходимые, именно данному индивиду навыки.

Главная идея геймификации – это внесение развлекательных элементов в сложившийся процесс деятельности, для изменения привычного поведения аудитории и вовлечение в деятельность. При этом содержание выбранной деятельности остается прежним, но структурируется по-другому, чем достигается повышение мотивации к решению поставленной задачи, а также увеличивается время приверженности этой задаче. Сама же программа геймификации состоит из элементов, которые могут применяться как в полном объеме, так и частично.

Какие плюсы и минусы новых методов и зачем нужно прибегать к помощи новых технологий?

При прохождении такого метода обучения ученик осваивает научные и игровые основы. К примеру, нужно изучить несколько стилей речи и получить

100 баллов за заданные письменные задачи за поставленный временной промежуток, чтобы получить доступ к новому уровню. Стоит принять во внимание, что главной целью является освоение нового материала, а игровая служит лишь для стимулирования и подогревания интереса к изучению образовательной программы.

Проводя параллели между геймификацией и другими игровыми элементами, сравнивая геймификацию с другими игровыми, Марио Хергер предлагает таблицу, с помощью нее можно разделять схожие на первый взгляд, но разные по воздействию разные игровые техники от геймификации. Критерии для соотнесения выделили следующие признаки: спонтанность, наличие правил и цели, внутренняя структура, реальность/игровое пространство и системность.

Очевидно, что геймификация имеет элементы обычной (например, настольной) игры, такие как наличие правил, цели и структуры игры. Те же элементы есть и в деловых играх. И они же связывают геймификацию и игру. Благодаря им обычный процесс становится веселым и создается развлекательная атмосфера: поставленные цели и задачи, правила их решения и пошаговая структура прохождения пути к поставленной цели.

Также есть различия в том, что видеоигра развивает и происходит в другом игровом измерении, в не реальном мире, а геймификация проводится в настоящий момент с насущными проблемами и задачами. В деловых кейсах действия разворачиваются в настоящем мире, но это не всегда так, когда геймификация должна моделироваться в реальных ситуациях.

Ролевые игры, к слову сказать, может проявляться неожиданно и не имеет выраженных целей, тогда как для геймификации должна быть четко прописана задача и ситуация, и пути постижения ответов. Так как образовательный процесс разделен на главы и темы, каждый шаг в геймификации должен быть жестко структурирован и ограничен во времени.

Наибольшими по схожести методами реализации можно назвать симуляторы, которые создают игровые ситуации в компьютерной реальности и имитируют различные рабочие задачи и трудности (например, обучение

полетам). Видимо, в связи с этим, некоторые отечественные исследователи ошибочно причисляют симуляторы к практике геймификации.

Но геймификация отличается от симуляции тем, что она использует элементы компьютерной игры в настоящем мире. Каждая геймификационная программа должна быть систематизирована, это отличительное правило по сравнению с другими игровыми техниками.

Под системностью стоит понимать не разовое проявление игры в обучающей системе, а постоянный процесс геймифицированного сопровождения этой деятельности. В обучении геймификация сопровождает образовательный курс целиком – от определения целей и задач до итогового контроля знаний.

Российские научные деятели, в ходе своих исследований описывают данный процесс как «игрофикация». Но очевидно, что термин «геймификация» передает смысл явления более емко.

Игрофикация - это различное применение подходов, характерных для компьютерных игр в программных инструментах для неигровых процессов с целью привлечения пользователей, потребителей и обучающихся, повышения их вовлечённости в решение прикладных задач, использование продуктов, услуг.

Геймификация – это обеспечение получения постоянной, измеримой обратной связи от пользователя, обеспечивающей возможность динамичной корректировки пользовательского поведения, как следствие быстрое освоение всех функциональных возможностей приложения, поэтапное погружение пользователя в более тонкие моменты.

Исходя от этих понятий, будет логичным применять термин геймификация для систем обучения, так как составленная программа призвана выделить и описать способ обучения и при помощи гейм-техник увлечь обучающихся в процесс изучения новой информации, не отрывая их из реальности.

Итоги.

Геймификация это новый инструмент для постановки любого вида обучения. Ее элементы и техники позволяют запустить тот высокий «уровень

активности, имеющей творческий, преобразующий характер» [3], причем стимулировать субъектную активность, не уводя обучающегося из реальности.

### Список литературы:

1. Игна О.Н. Имитационная (моделирующая) технология в профессиональной методической подготовке учителя иностранного языка // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2011. Вып. 9 (111). С. 186–190.

2. Игна О.Н. Концептуальные основы технологизации профессионально-методической подготовки учителя: автореф. дис. д-ра пед. наук. Томск, 2014. 42 с.

3. Добычина Н.В. «Компьютерные игры – театр активных действий» // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2013. № 1. С. 149–158.

4. Конанчук Д., Волков А. Эпоха «гринфилда» в образовании. М.: Сколково. 2013. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: [http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/education\\_10\\_10\\_13.pdf](http://www.skolkovo.ru/public/media/documents/research/education_10_10_13.pdf) (дата обращения: 12.05.2015 г.).

5. Badgewille. Wiki-gamification. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://badgeville.com/wiki/> (дата обращения: 12.05.2015 г.).

7. Беловсяк Н. Геймификация: как повысить успешность серьезного бизнеса при помощи игры. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: [http://internetno.net/category/analitika/gamification\\_about/](http://internetno.net/category/analitika/gamification_about/) (дата обращения: 12.05.2015 г.).

8. Вербак К. Вовлекай и властвуй. Игровое мышление на службе бизнеса М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. 223 с.

9. Зимин В. Игрофикация. Свежий взгляд на мотивацию пользователей. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://habrahabr.ru/company/uidesign/blog/165779/> (дата обращения: 12.05.2015 г.).

10. Геймификация – новый тренд интернет маркетинга. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <http://contentmarketingpro.ru/gamification/gejmifikaciya-novyj-trend-internet-marketinga/> (дата обращения: 12.05.2015 г.).

11. Игрофикация // Википедия – свободная энциклопедия. [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 12.12.2020 г.).