

Захарова С.И.

ВПИ (филиал) ВолгГТУ

г. Волжский, Россия

Абрамова О.Ф.

доцент кафедры ВИТ

ВПИ (филиал) ВолгГТУ

г. Волжский, Россия

МЕТОДЫ ГЕЙМИФИКАЦИИ И ИХ ПРИМЕНЕНИЕ В ОБУЧЕНИИ ФОТОГРАФИИ

Аннотация

Применения геймификации в образовании все больше набирает обороты. В данной статье рассматривается история развития геймификации в онлайн-обучении. Особое внимание было уделено ее методам и применению в обучении фотографов.

Ключевые слова: геймификация, онлайн-обучение, фотограф.

Zakharova S.I.

VPI (branch) VolgSTU

Volzhsky, Russia

Abramova O.F.

Associate Professor of the Department of VIT

VPI (branch) VolgSTU

Volzhsky, Russia

GAMIFICATION METHODS AND THEIR APPLICATION IN TEACHING PHOTOGRAPHY

Annotation

The use of gamification in education is gaining momentum. This article examines the history of the development of gamification in online learning. Special attention was paid to its methods and application in the training of photographers.

Keywords: gamification, online learning, photography.

Геймификация в современном мире все больше набирает популярность. Игры уже стали неотъемлемой частью жизни каждого человека. Игры используют по нескольким причинам:

- 1) Чтобы снять напряжение;
- 2) Повеселиться;
- 3) Совершенствоваться;
- 4) Пообщаться.

Так что же такое геймификация? Это метод обучения, при помощи которого развивают когнитивные способности и доставляет большой комфорт от обучения.

С помощью геймификации в процесс обучения можно встроить различные мотиваторы, такие как баллы, турнирные таблицы, достижения, звания. Это поддерживает мотивацию учеников, вовлекая в сам курс. Есть несколько факторов, от которых зависит мотивация:

- 1) Вызов
- 2) Фантазия
- 3) Любопытство
- 4) Контроль

Внедрение геймификации в онлайн-обучение несет в себе основную цель: повышение уровня вовлеченности в обучающий процесс и эффективность обучения.

История развития геймификации

Геймификацию с точки зрения внедрения ее в образовательный процесс начали рассматривать относительно недавно. Но использование простейших игр было еще во времена древних цивилизаций.

Одним из важных событий в развитии геймификации стало создание первой многопользовательской игры MUD в 1979 году студентами Британского университета Эссекса – Ричарда Бартла и Роем Трабшоу. MUD1 была первой версией игры и представляла собой платформу для взаимодействия игроков. Бартл увеличил количество задач и соревновательных действий, чтобы MUD1 стала больше похожей на игры, и назвал это «геймификация».

В 1996 году Ричард Бартл публикует книгу «Кто играет в многопользовательские игры», в которой смог выделить 4 типа игроков:

- 1) Накопители – им важно накопление любых игровых валют;
- 2) Киллеры – для них имеет значение наличие мотивации;
- 3) Исследователи – для них важно исследование игрового мира;
- 4) Социальщики – им необходимо наличие общения с другими игроками.

Схема типов игроков представлена на рисунке 1.

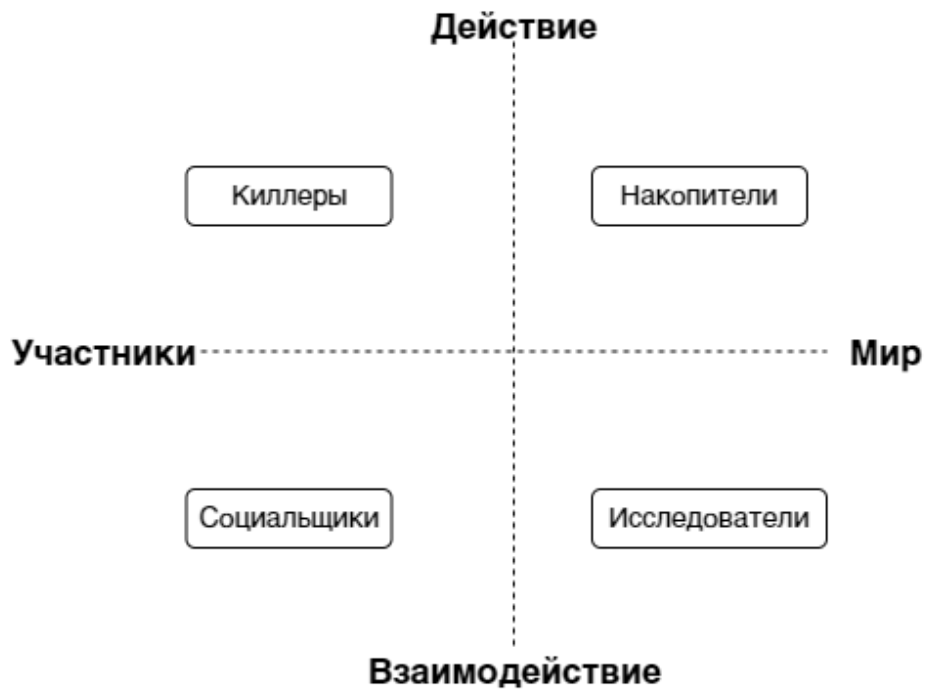


Рис.1. Система типов игроков.

В 2003 году английский ученый и дизайнер игр Н. Пеллинг впервые использовал термин «геймификация».

Но до 2010 года термин «геймификация» почти не использовали. А все потому, что эффективные проекты, которые были связаны с внедрением игровых элементов, стали привлекать внимание ученых только к 2010 году.

Также в 2010 г. Ю-Кай Чоу разрабатывает октализ (рисунок 2) – система мотиваций, созданная для проведения анализа и создания геймифицированных систем. Он говорил, что геймификация начинается не с игровых элементов, а с того, как она воздействует на ключевые стимулы поведения человека.

По мере цифровизации современного общества геймификация стала неотъемлемым инструментом в обучении. Основная идея геймификации: получить знания, участвуя в играх.



Рис. 2. «Окстализ» Ю-Кай Чоу.

В настоящее время общее определение геймификации – процесс, который позволяет добавить игровую механику к процессам, которые изначально не использовали такой подход. Но это определение нельзя назвать абсолютно точным, так как в нем не указано почему же кто-либо захочет использовать геймификацию. На рисунке 3 показаны уровни геймификации.



Рис.3. Уровни геймификации

Методы геймификации

Модель геймификации PBL (от англ. points, badges, leaderboards).

Один из популярных приемов геймификации. Включает в себя три основные механики игры: очки, значки и таблицы лидеров. Очки используют для отражения качества работы ученика и выдаются в соответствии с оценкой. Значки ученики получают за особые достижения и придают больше

мотивации. Таблица лидеров – это таблица, которая отражает данные всех учеников. Какие данные будут в ней вариативно: количество очков, достижения и др. Пример таблицы лидеров представлен на рисунке 4.

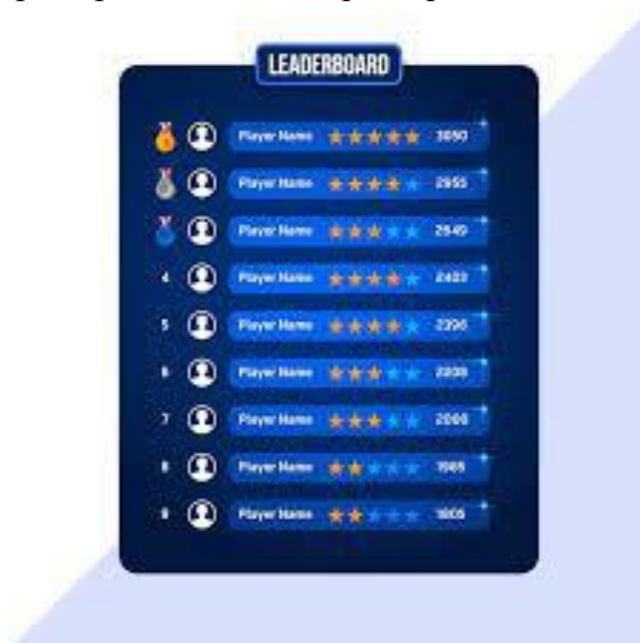


Рис. 4. Таблица лидеров

Основная цель модели PBL заключается в использовании данных игровых механик совместно. Но данная модель не учитывает всех аспектов геймификации: область применения, потребность целевой аудитории, цели.

У модели PBL есть несколько недостатков:

- 1) Направлена только на внешнюю мотивацию;
- 2) Ограничивает использование других механик;
- 3) Не учитывает специфику среды;
- 4) Нет долгосрочного эффекта.

Модель геймификации К. Вербаха и Д. Хантера.

В своей книге «Вовлекай и властвуй» К. Вербах и Д. Хантер (рисунок 5) выявили три типа геймификации в зависимости от среды применения:

- 1) Внешняя;
- 2) Внутренняя;
- 3) Меняющая поведение.

Внешняя геймификация воздействует на потенциальных клиентов. Главная ее цель – улучшить отношения между компанией и ее клиентами.

Внутреннюю геймификацию применяют для сотрудников компании с целью повысить производительность и усилить командный дух. Можно выделить два основных признака внутренней геймификации:

- 1) Участки являются частью предприятия;

2) Мотивационная сторона геймификации должна на прямую взаимодействовать с существующей системой поощрения предприятия.

Кевин Вербах
Дэн Хантер

Вовлекай и властвуй



Игровое мышление
на службе бизнеса

Рис. 5. Книга «Вовлекай и властвуй» К. Вербах, Д. Хантер.

С помощью меняющей поведение геймификации формируют новые привычки.

Модель геймификации Ю-Кай Чоу.

Ю-Кай Чоу представил такую модель геймификации, как Октализ – «Octalysis Framework» (англ. Octalysis образовано от octagon – восьмигранник и analysis – анализ), которая основана на восьми ключевых стимулах, а именно – восемь основных мотиваторов поведения человека:

- 1) Миссия (Epic Meaning). Стимул проявляется в тот момент, когда пользователь начинает думать, что у него есть какая-либо миссия;
- 2) Достижение (Development & Accomplishment). Стимул, который проявляет стремление к росту и лидерству. Самое главное это наличие вызова;

3) Творчество (Empowerment of Creativity). Стимул, с помощью которого происходит вовлечение в творческий процесс. Важную роль в этом процессе играет наличие обратной связи;

4) Владение (Ownership & Possession). Мотивацией в данном стимуле служит владение чем либо, не обязательно материальным;

5) Социальность (Social Influence). Отвечает за взаимодействие с обществом;

6) Дефицит (Scarcity). Желание обладать эксклюзивными вещами;

7) Неизвестность (Unpredictability). Мотивация проявляется в любопытстве и стремление узнать что-то новое;

8) Безопасность (Loss). Основная цель – предотвращение негатива или потери безопасности.

Модель геймификации для электронного обучения.

Основатели модели геймификации для электронного обучения являются исследователи из Мариборского университета Словении: Marko Urh, Goran Vukovica, Eva Jereba и Rok Pintara.

Данная модель включает в себя несколько основных элементов:

- 1) Менеджмент электронного обучения;
- 2) Значимые факторы в электронном обучении;
- 3) Элементы опыта пользователя;
- 4) Фазы разработки;
- 5) Игровые механики;
- 6) Игровая динамика.

Использование геймификации в электронном обучении позволяет, учитывая интересы студентов, совмещать персональные цели студентов с целями обучения.

Геймификация в обучении фотографов

В современном мире геймификацию используют как инструмент для прогрессирования обучения за счет проведения четкой параллели между учебной и игровой. И в игре, и в процессе обучения мы получаем новые знания и навыки.

Исследования Г. Зихерманна и К. Каннингема показали, что в ходе игрового обучения улучшается запоминание информации.

Сейчас почти у каждого имеется опыт взаимодействия с камерой, если не профессиональной, то на телефоне точно. Если провести опрос «Умеете ли вы фотографировать?», то большая часть опрошенных ответит «да».

В связи с этим пропадает мотивация углубляться в изучение фотографии. При этом, лишь немногие действительно разбираются в

устройстве и настройках фотокамеры, знают правила композиции и теорию света.

И эту проблему можно решить с помощью внедрения геймификации. Ее главной целью будет увеличение мотивации обучающихся в процессе обучения профессии фотографа.

Для достижения поставленной цели можно использовать награды, баллы, рейтинги и другие игровые атрибуты. Например, можно ввести систему оценки выставляемых работ и по окончании недели выставлять рейтинг лучших (рисунок 6). Это поможет создать атмосферу соревновательности и здоровой конкуренции.



Рис. 6. Рейтинг лучших учеников

Еще одним важным элементом является постепенное открытие информации. Это способствует повышению интереса, так как информация открывается постепенно, только после полного прохождения урока можно получить доступ к следующему.

Также не стоит забывать про возможность потерпеть неудачу. В процессе обучения должно быть несколько попыток добиться цели, но доля риска должна присутствовать. Данный подход, в отличие от традиционного, будет стимулировать учащихся к экспериментам и риску.

Все эти механики помогут воспринимать больший объем информации и полностью погрузиться в обучение.

Заключение

Геймификация за последние годы стала предметом изучения во многих научных сферах. С каждым днем она продолжает развиваться и как новый тренд информационного мира получила свое распространение в экономической, образовательной, политической и социальных сферах. Хотя еще совсем недавно попытки в ее осуществлении были хаотичны и не имели целевой направленности.

Геймификация является средством для роста мотивации желаемого поведения пользователей в решении задач организации.

С помощью использования геймификации в образовании фотографов учащиеся появляется интерес к теоретическим основам фотографии для улучшения качества своих работ.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Акчелов Е.О. Новый подход к геймификации в образовании / Е.О.Акчелов, Е.В.Галанина // Векторы благополучия: экономика и социум. – 2019. - №1(32). – С. 117-132.
2. Артамонова В.В. Развитие концепции геймификации в XXI веке / В.В. Артамонова // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2018. – Том 10. - №2/2. – С. 37-43.
3. Курганова Е.Б. Геймификации как метод преподавания дисциплин образовательной программы «Реклама и связи с общественностью / Е.Б.Курганова // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. – 2020. – С. 142-150.
4. Уфельманн В.Д. Исторические аспекты развития геймификации / В.Д.Уфельманн, И.В.Кохова, И.Н.Белогруд // Современная научная мысль. – 2020. – С. 125-128.
5. Фирер А.В. Приемы геймификации при изучении курса информатики в 7-9 классах / А.В.Фирер, Е.А.Мелешко, В.В.Сидоров, М.Д.Черепанов // Современные проблемы науки и образования. – 2021. - №5.
6. Zichermann G., Gunningham C. “Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps”. Sebastopol, CA, O’Reilly Media, 2011. 144 p.