

## Геймификация как актуальный и эффективный способ передачи научного знания на примере образовательных онлайн-платформ

*Петрова Арина Александровна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия  
*E-mail: arriinap@yandex.ru*

Электронное образование активно развивается, но принципы преподавания остаются теми же: лекции, конспекты. Да, это уже знакомый всем формат работы, который доказывал свою эффективность десятилетиями. Но современные тренды требуют новых решений. Одним из таких является геймификация в цифровом образовании.

Геймификация — это внедрение игровых форм в неигровой контекст для большей вовлеченности участников в процесс. Необходимость в новых методах мотивации возникла в силу того, что старые схемы поощрения перестали работать. Похвала, премия, страх наказания — эти методы кнута и пряника далеко не так эффективны. Особенно применительно к поколению Y — молодые люди 18-27 лет, которые больше привыкли к геймификации, то есть прохождению этапов, заданий, улучшению уровня. На них старые мотивационные схемы не действуют. Работает соревновательный момент. Геймификация ставит задачей замотивировать молодых участников процесса и заменить рабочие процессы, интересные и не очень, на игровые цели.

Геймификация повышает вовлечённость и лояльность клиентов на 30%. Они повышают вирусность продукта, число повторных визитов и прочие знакомые пиарщику показатели. Более 70% Global 2000 (список 2000 крупнейших публичных компаний мира по версии журнала Forbes) применяют игровые механики.

Мировой рынок геймификации активно растёт. Так, например, за два года (с 2018 по 2020) его объём вырос почти в два раза (с \$5,5 млрд до \$9,1 млрд). И на этом показатели не собираются останавливаться. В этом году ожидается рост до \$22,9 млрд, к 2025 году — \$30,7 млрд, а к 2026 году — \$38 млрд.

Одно из преимуществ геймификации — её универсальность. Она используется в торговле, HR-е, политике и в образовании. О последнем и пойдёт речь.

Игра как нельзя лучше коррелирует с идеями образования. Изучение теории, наблюдение за профессионалами, советы преподавателей — неотъемлемая часть получения новых знаний, но без практического опыта представить успешное обучение невозможно. Именно поэтому геймификация захватывает современные образовательные программы. Объём мирового рынка геймификации в образовании в 2018 году составлял \$450 млн, а к 2023 году достигнет \$1,8 млрд.

Игра делает упор на практику и является естественной формой обучения, поэтому и применяется почти во всех образовательных сегментах. В процессе обучения геймификация одновременно повышает сразу несколько показателей:

### 1. Усваиваемость информации

Чаще всего мы можем вспомнить только 10% от того, что прочли, и чуть больше — 20% от того, что услышали. Однако процент удержания информации увеличивается до 30%, если её подача носит игровой формат.

### 2. Уровень вовлечённости и продуктивности

Оба показателя увеличиваются более, чем на 50%. По словам одного из классных руководителей Хьюстонского независимого школьного округа, геймификация помогает его

ученикам лучше и быстрее освоить чтение и естественные науки, сокращая время обучения до 10 месяцев по сравнению с обычными 14-18 месяцами.

### 3. Проактивность

Как только ученик становится частью игрового процесса, в нём чаще всего просыпаются любопытство и азарт: пройти очередной уровень, заработать дополнительные баллы и пр. Для получения нового достижения у участников появляется дополнительная мотивация самостоятельно искать ключ — нужную информацию.

Иногда геймификацией ошибочно считают введение бейджей, баллов, внутренней валюты и иных видов наград за правильные действия.

«Нередко концепция «геймификации» выглядит примерно так: возьмите существующий набор действий — скажем, банковское дело, или зубрежку домашнего задания, примените набор "игровых наград" в виде очков, уровней, или бейджей, и, как по волшебству, мир станет веселее, рабочие — более продуктивными, а обучение — более эффективным. Это исключительно неправильная концепция. Большинство людей понимают, что, даже надев самые лучшие бейсбольные перчатки, они не научатся волшебным образом в мгновение делать точные быстрые передачи», © Майкл Джон, руководитель магистерской программы Games and Playable Media в Калифорнийском университете в Санта-Круз.

Майкл Джон уверен, что в каждом процессе уже есть элементы игры, их надо найти и акцентировать. Необходимо понять мотивы аудитории и барьеры, мешающие людям делать что-то эффективнее, продумать сценарии и правила, задать цели игры, совпадающие с внутренними интенциями пользователей, найти социальные мотивы, задать модели поведения, рассказав истории успеха или введя героев и антигероев, демонстрирующих правильные и неправильные образцы поведения.

Геймификация — эффективный бизнес-инструмент. Но внедряя игровые механики, ориентируйтесь на более глубокое понимание принципов игры. Очень важно идти в ногу со временем и адаптироваться к цифровой эпохе. Геймификация в образовании — очень важный шаг к этой адаптации. Учитывая все вышеперечисленные факторы, учиться при помощи игровых механик — эффективный способ приобретения новых знаний и навыков.

### Источники и литература

- 1) Замятина О. М. «Формирование и оценка компетенций обучающихся путем геймификации образовательного процесса / О.М. Замятина, Ж.С. Абдыкеров // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2015. - Т. 15. - С. 26-30. - URL: <http://e-koncept.ru/2015/95147.htm>
- 2) Кавтарадзе Д. Н. «Обучение и игра: введение в интерактивные методы обучения» / Д.Н. Кавтарадзе - е изд. - М.: Просвещение, 2009
- 3) РБК, «Как «Учи.ру» зарабатывает на школьных задачках», URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5d7f79219a794752356ab970> (дата обращения: 13.02.2022)
- 4) Businessofapps, «Duolingo Revenue and Usage Statistics (2022)», URL: <https://www.businessofapps.com/data/duolingo-statistics/> (дата обращения: 13.02.2022)
- 5) Cbinsights, «Education In The Post-Covid World: 6 Ways Tech Could Transform How We Teach And Learn», URL: <https://www.cbinsights.com/research/back-to-school-tech-transforming-education-learning-post-covid-19/> (дата обращения: 10.02.2022)
- 6) Elearninglearning, «Benefits of gamification in training», URL: <https://www.elearninglearning.com/gamification/statistics/?open-article-id=10681320&article-title=benefits-of-gamification-in-training&blog-domain=paradisosolutions.com&blog-title=paradiso> (дата обращения: 10.02.2022)

- 7) FinanceOnline, «12 Gamification Trends for 2022/2023: Current Forecasts You Should Be Thinking About», URL: <https://financesonline.com/gamification-trends/> (дата обращения: 10.02.2022)
- 8) FinanceOnline, «54 Gamification Statistics You Must Know: 2021/2022 Market Share Analysis & Data» , URL: <https://financesonline.com/gamification-statistics/> (дата обращения: 10.02.2022)
- 9) Forbes, «Game of Tongues: How Duolingo Built A \$700 Million Business With Its Addictive Language-Learning App», URL: <https://www.forbes.com/sites/susanadams/2019/07/16/game-of-tongues-how-duolingo-built-a-700-million-business-with-its-addictive-language-learning-app/?sh=1e7d34443463> (дата обращения: 10.02.2022)
- 10) Marketsandmarkets, «Gamification Market by Component (Solution and Services), Deployment (Cloud and On-premises), Organization Size (SMEs and Large Enterprises), Application, End-User (Enterprise-Driven and Consumer-Driven), Vertical, and Region - Global Forecast to 2025», URL: <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/gamification-market-991.html> (дата обращения: 13.02.2022)
- 11) Mordorintelligence, «GAMIFICATION MARKET - GROWTH, TRENDS, COVID-19 IMPACT, AND FORECASTS (2022 - 2027)», URL: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/gamification-market> (дата обращения: 10.02.2022)
- 12) Octalysis, «Рынок геймификации – тенденции и прогноз до 2022 года», URL: <https://octalysis.ru/rynok-gejmifikacii/> (дата обращения: 10.02.2022)
- 13) Uchi.ru, «Геймификация на уроках в начальной школе в условиях цифровой среды обучения», URL: <https://distant.uchi.ru/gamification> (дата обращения: 13.02.2022)