

ОТ АВТОРОВ
ЛУЧШЕГО ОНЛАЙН-КУРСА
В РОССИИ

ИГРОФИКАЦИЯ В БИЗНЕСЕ И В ЖИЗНИ



ПРЕВРАТИ
РУТИНУ
В ИГРУ!



МИРОСЛАВА
БРОННИКОВА

ИВАН
НЕФЕДЬЕВ

Иван Нефедьев
Мирослава Бронникова
Игрофикация в бизнесе и в
жизни: преврати рутину в игру!
Серия «Звезда Рунета. Бизнес»

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=43443786

Игрофикация в бизнесе и в жизни: преврати рутину в игру!; АСТ;

Москва; 2019

ISBN 978-5-17-110294-4

Аннотация

В мире, где каждую секунду нас отвлекают десятки уведомлений сразу из нескольких мессенджеров и приложений, где всегда можно «поразвлечься» игрой «три в ряд», просмотром ленты в соцсетях или роликов на YouTube – самым ценным ресурсом становится внимание. Внимание клиентов, сотрудников, учеников – и даже свое собственное. Как перестать отвлекаться и прокрастинировать? Как поднять мотивацию в отделе продаж? Как заполучить лояльность клиентов? Что делать, если ребенок не хочет учиться? Пока кто-то по старинке пытается мотивировать себя и окружающих методами кнута и пряника – многие уже осваивают инструменты игрофикации. Активно применяют рейтинги, баллы и бейджи. Придумывают игровые

миры и миссии. Внедряют виртуальную валюту... И тут же обнаруживают, что пользователи пытаются обмануть систему, уходят или просто не хотят играть. Так как же сделать такую игру, в которую захотят играть именно ваши игроки – во всех сферах жизни? Как обойти грабли замещения внутренней мотивации на внешнюю? Как не наделать всех тех ошибок, о которых нас предостерегает история развития психологии, но которые с таким рвением повторяют многие современные адепты применения геймификации? Как построить правильную, этичную и эффективную игрофицированную систему? Ответы на эти и многие другие вопросы вы найдете в этой книге. Она станет вашим путеводителем по миру игрофикации, вашей настольной книгой Мастера по превращению рутины в игру.

Содержание

Об авторах	6
Для кого эта книга?	9
Введение	11
Благодарности	15
Как устроена эта книга	18
Условные обозначения в книге	22
Вопросы, на которые вы можете найти ответы в этой книге	25
Игрофикация книги про игрофикацию	27
Практикум по созданию игрофицированных систем	34
Ответы на часто задаваемые вопросы (ЧАВО)	37
Что такое игрофикация?	37
Конец ознакомительного фрагмента.	39

**Иван Нефедьев,
Мирослава Бронникова
Игрофикация в
бизнесе и в жизни:
преврати рутину в игру!**

© Нефедьев И., Бронникова М., текст

© ООО «Издательство АСТ»

Об авторах



Иван Нефедьев и Мирослава Бронникова основали Клуб Игрофикаторов Why42 в 2014 году.

Клуб Игрофикаторов Why42 занимает лидирующее положение в сфере игрофикации (Gamification) в России. В активе компании – более сотни проектов в различных сфе-

рах, в том числе для крупных отечественных и международных организаций, образовательных учреждений и государственных структур. Наш курс «Игрофикация» на платформе Stepik признан экспертным жюри крупнейшей в Европе конференции по образованию EdCrunch лучшим онлайн-курсом в России в 2016 и в 2017 гг. Всего с образовательными проектами от Клуба Игрофикаторов Why42 по состоянию на 2018 год ознакомились более 60 000 человек.



Иван Нефедьев, руководитель Клуба Игрофикаторов Why42. Больше 10 лет работал в области маркетинга, аналитики и организации мероприятий. Преподаватель-исследователь, спикер отечественных и международных конференций.



Мирослава Бронникова, директор по развитию Клуба Игрофикаторов Why42. Сертифицированный игромастер «Сколково», спикер отечественных и международных конференций. Журналист, преподаватель английского языка, организатор более 500 мероприятий.

Для кого эта книга?

Встречались ли вам такие ситуации?

- Школьник, студент или сотрудник не хочет учиться чему-то новому
- Каждый Новый год вы даёте себе одно и то же обещание – например, заняться спортом или выучить иностранный язык
- Статья или диссертация никак не пишется
- Сотрудники не хотят проявлять инициативу, всё делают только из-под палки
- Ребёнок, коллега, близкий человек всё время проводит в соцсетях
- Волонтёры начинают участвовать в социальном проекте, но быстро перегорают
- Продавцы выполняют необходимый минимум и не стремятся к большему
- Клиенты не хотят заполнять форму или вообще регистрироваться на сайте
- Слушатели не проходят ваш онлайн-курс до конца
- Материальные факторы мотивации в коллективе больше не действуют
- Ученики зубрят только то, что нужно для контрольной, а сам предмет их не интересует
- Клиенты делают покупку один раз и не возвращаются,

хотя качеством удовлетворены

- Хотя расчёт был на то, что пользователи сами будут обновлять информацию в приложении, они почему-то не горят желанием это делать

Если хотя бы одна из этих ситуаций вам знакома и вы хотели бы её изменить, то вы выбрали правильную книгу. Эта книга для тех, кто в любой форме работает с людьми, – специалистов в сфере HR, рекламе или маркетинге, разработчиков приложений, преподавателей, социальных работников, журналистов, госслужащих, руководителей компаний и многих других. Эта книга поможет и в том случае, если человек, нуждающийся в повышении мотивации, – вы сами или ваш ребёнок.

Любого из нас окружает сумасшедший поток информации, многие пользуются сразу несколькими устройствами (смартфон одновременно с ноутбуком, например), поэтому внимание превратилось в самый ценный ресурс. За внимание сотрудников, клиентов, учеников и даже за своё собственное мы боремся с соцсетями, мессенджерами, развлекательными ресурсами и играми. Для того чтобы успешно конкурировать с этими отвлечениями, нужно делать реальность не менее увлекательной, чем популярная игрушка или любимый канал на YouTube.

Введение

*Игра — добровольное преодоление
необязательных препятствий.*

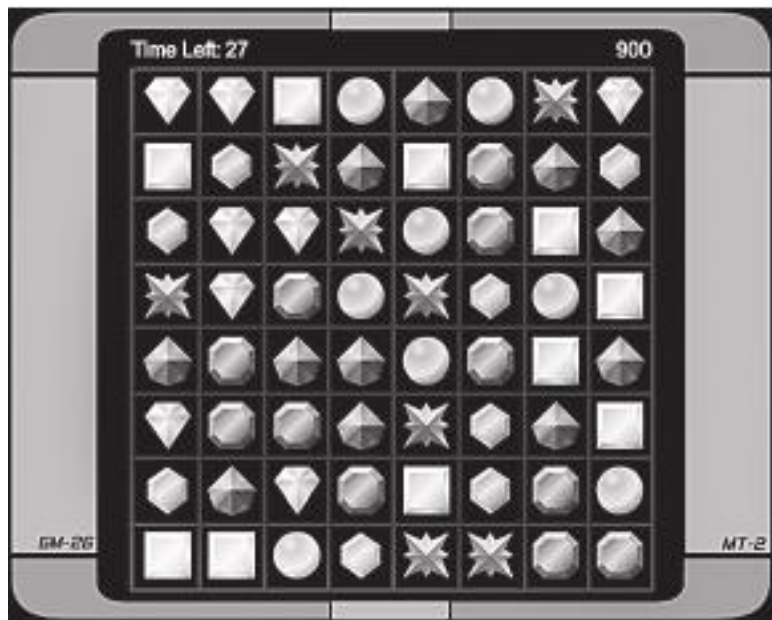
Бернард Сюитс (разработчик игр, писатель)

Во время выступлений и семинаров мы часто задаём аудитории один и тот же вопрос: кто такой, по их мнению, среднестатистический геймер? Обычно называют подростка или молодого человека 15–25 лет. Если вы тоже так думаете, посмотрите в метро или в маршрутке, чем заняты в своих телефонах люди постарше. Скорее всего, вы увидите какие-то игры, возможно, те, где нужно собирать элементы по три в ряд (match-3).

В отличие от нескольких предыдущих веков игры в наше время становятся основным контекстом, средой обитания людей. Неважно, идёт ли речь о России, США или Китае — вам будет очень сложно найти человека, который не знает, что такое переход хода к другому игроку или повышение уровня.

Среднестатистический игрок сейчас — женщина 35–40 лет. Это не значит, что играют только женщины этого возраста. Перевес в сторону женщин — совсем небольшой. На самом деле, играют все — и мужчины, и женщины, и в два года, и в 20, и в 70 лет. Например, часто можно видеть ре-

бёнка, играющего во что-то на планшете, хотя он ещё даже говорить не умеет.



*Рис. 1. Одна из игр жанра match-3.
Знакомая картина, не правда ли?*



Как вы думаете, что сделает практически любой ребёнок, если пешеходная дорожка будет в разноцветную клетку?

Дети – природжѐнные игрофигаторы, и с такой задачей, как превращение скучной дороги из пункта А в пункт Б в увлекательное приключение, справятся без труда. Кто-то придумает историю, что красный – это лава, и на неё нельзя наступать, кто-то решит прыгать по клеткам одного цвета, кто-то будет прыгать одной ногой по чѐрным клеткам, а другой – по красным.

Хотя введение дополнительных правил – это не что иное, как создание новых проблем (ведь прыгать сложнее и опаснее, чем просто идти), так поступают почти все дети. При этом они ещё и в пункт назначения обычно попадают быстрее. Многие взрослые забыли, как это делается – как превращать скучные или слишком сложные занятия в увлекательные и лёгкие. Эта книга как раз и посвящена тому, как создавать системы, где люди сами, с удовольствием, начинают заниматься тем, что раньше вызывало скуку.



Рис. 2. Пешеходная дорожка или поле для игры?

Благодарности

Эта книга не появилась бы на свет без того сообщества, которое сформировалось вокруг нашего курса по игрофикации, без наших друзей, а также друзей наших друзей. В конце 2017 года мы провели краудфандинговую кампанию, где собирали средства на создание этой книги, а также на улучшение и без того уже лучшего курса в России.

Мы хотим выразить огромную благодарность всем тем, кто нас поддержал, и особенно – тем, кто выбрал «спонсорский пакет» в нашей акции на Boomstarter. Вот эти люди: Ольга Невская, Сергей Кузьмин, Борис Костенко, Василий Савельев, Сергей Щукин, Оксана Силантьева, Роман Кукшинов, Лариса Тарасова, Татьяна Манцаева, Александр Соколов, Олег Романенко, Марат Козлов, Тарас Козинец, Денис Терещенко, Алексей Шиндин, Сергей Шохин, Лев Аванесов, Светлана Дюкова, Раиса Салантий-Карпинская, Евгения Красильникова, Василиса Климашина, Екатерина Родыгина, Алексей Иванцов, Ия Семёнова, Юлия Штода, Антон Семыкин, Наталия Михеева, Николай Мартынов, Артемий Анцупов, Никита Клещин, Елена Патюкова, Мария Ревко, Анастасия Бугайская, Теона Томи, Ирина Чёрная, Надежда Белова, Олег Посысаев, Яна Ломоносова, Алексей Тарасов, Александр Сенотов, Оксана Солопова, Юрий Васильев, Максим Гостев, Антон Авельев, Надежда Матюни-

на, Вадим Глушков, Анастасия Бондаренко, Денис Балабин, Мария Плоткина, Альберт Сумин, Светлана Павлова, Алла Гончарова, Елена Патюкова, Павел Пинженин, Оксана Яроцкая, Павел Криневич, Анна Шумилова, Дмитрий Шарабин, Елена Григорян, Вадим Бабин, Галина Брусницына, Александр Иванов, Александр Румянцев, Юрий Кетов, Дина Измайлова, Денис Михайлов, Игорь Кожевников, Ольга Ромулус, Никита, Алексей Свистунов, Александр Васильев, Эдуард Ривкин, Надежда Ван, Ирина Галанова, Людмила Джерих, Татьяна Василенко, Маргарита Бакина, Анна Шарлай, Ирина Плотникова, Олег Васильев, Наталия Овчинникова, Павел Воронин, Евгений Синельщиков, Евгений Апакидзе, Виктор Герасимов, Алексей Заславский, ArgPg, а также несколько других, пожелавших остаться неизвестными.

Отдельно хотим поблагодарить тех, кто нам помог во время тестирования книги своими советами, предложениями и пожеланиями: Антон Лиознов, Рустам Муслимов, Борис Костенко, Василий Савельев, Валентина Назарова и Сергей Щукин. Без вас эта книга получилась бы совсем другой! Также хотим поблагодарить за работу на самом высоком уровне и внимание к нашим «пожеланиям странного» нашего менеджера от издательства Александру Амелькину и редактора этой книги Татьяну Романенко.

Отдельная благодарность – Максиму Маслову и Арману Аттояну (ARLOOPA), принимавшим участие в создании AR-квеста для этой книги, и Анне Козловой, помогавшей

нам с иллюстрациями.

Как устроена эта книга

Книга получилась довольно насыщенной информацией и практическими заданиями – это скорее марафон, чем увеселительная прогулка. Прочитать всю книгу за один вечер вряд ли получится. Более вероятно, что темп будет в одну главу или даже половину главы за один раз.

Центральный стержень этой книги – разработанный нами алгоритм создания игрофицированных систем. Его можно найти в Приложении 1, а более подробно – в разделах «Практикум». Центральный пункт нашего алгоритма – третий шаг «объедините цели игроков и разработчика». Практически вся остальная книга – это пояснение, щедро снабженное примерами и разбором игровых инструментов, почему игрофикация работает именно так. Если вы уже знаете, почему самое важное в игрофикации – комфорт игроков и как его достичь, то книгу эту вам читать не обязательно.

В этой книге собран, насколько нам известно, самый полный обзор подходов, имеющих отношение к игрофикации, какой существует в мире на данный момент¹. Во всяком случае, мы постарались включить сюда из мировой практики всё, что можно реально **использовать** при разработке игрофицированных систем. Но суть и ценность книги, всё-та-

¹ Конкурировать за этот статус может разве что наш онлайн-курс, где подходов разобрано ещё больше.

ки, не в этом – иначе её лучше было бы назвать энциклопедией. В пятой главе вы найдёте наши авторские наработки, дающие новый взгляд на уже имеющиеся теории и связывающие их воедино. Если вы очень хорошо знакомы с концепциями Ричарда Бартла, Анджее Маржевского, Ричарда Райана и Эдварда Деси, Кэрол Дуэк, Джозефа Кэмпбелла, Фредерика Герцберга и Михайи Чиксентмихайи, то можете приступить сразу к ней. Но даже в этом случае прочитать первые главы будет совсем не лишним.

Игрофикация проходит тот же путь, какой уже прошла психология в XX веке. Основное назначение первой главы – помочь вам избежать уже известных ошибок, а также показать, на каком базисе существует игрофикация.

Вторая глава посвящена бейджификации – бездумному и неэффективному применению простейших инструментов игрофикации. Именно с таким подходом связано большинство провалов геймификации. Также из этой главы вы узнаете о потенциальных опасностях применения наград.

Третья глава посвящена игрокам. Наличие игроков, возможно, единственное необходимое условие для существования любой игры или игрофицированной системы. Поэтому при внедрении игрофикации сложно придумать что-то более важное, чем изучение игроков.

Четвёртая глава рассказывает о том, как меняется отношение игроков к игре по мере её прохождения. О причинах, по которым игровые элементы работают с разной эффектив-

ностью на разных стадиях игры, и как меняется мотивация игроков.

В пятой главе мы связываем воедино все достойные упоминания подходы в игрофикации и показываем всю картину целиком. Много бы мы отдали, чтобы прочесть эту главу несколько лет назад!

Шестая глава – о том, как создавать прототипы, и что делать, когда игрофицированная система уже создана.

Седьмая глава – о важности этического подхода в игрофикации. Хотя этика и может показаться кому-то несущественным, избыточным усложнением – это не так. Если посмотреть чуть глубже, причина провала практически любой неудачной игрофицированной системы, – несоблюдение одного или нескольких этических принципов.

Заключение связывает воедино всю книгу и даёт ключ к игре, о которой вы прочитаете в следующем разделе.

Книга написана так, что полностью картина может сложиться только если прочесть её целиком. Мы постарались сделать это путешествие максимально захватывающим и интересным – насколько позволил нам жанр. Мы обещаем, что вы встретите что-нибудь необычное – то, о чём вы никогда не слышали, не меньше трёх раз за главу. Если вдруг это не так – напишите нам на why42@why42.ru, мы обязательно исправимся к следующему изданию.

Пара слов о терминах. Мы будем довольно часто использовать в качестве синонимов слово «игра» и словосочетание

«игрофицированная система». По контексту всё будет понятно, так что путаницы возникнуть не должно. Также мы будем называть игроками всех, для кого может быть предназначена игрофицированная система, – клиентов, учеников, сотрудников – всех, кто будет играть в нашу игру. Если специально не обозначено иное, то на протяжении книги мы вкладываем одно и то же значение в словосочетания «Путь Игрока» и «Путь Героя».

Условные обозначения в книге

Чтобы книгой было легче пользоваться, в ней есть несколько условных обозначений. Смотрите, что они значат.



Краткие данные о персоне, важной для игрофикации. Мы постарались сделать такие вставки обо всех важных для этого направления людях, упоминаемых в книге. Для многих персон короткое описание можно найти в сноске внизу страницы.



Интересные факты, косвенно относящиеся к игрофикации, описание теорий, объяснение сленга. Дают более полное понимание того, о чём говорится в разделе или в главе.



Опасности, подстерегающие при внедрении игрофикации. Частые ошибки при создании игрофицированных систем и способы борьбы с ними.



Интересные примеры игрофикации, обычно

иллюстрирующие то, о чём говорится в главе или разделе.



Анти-кейсы – обстоятельства и причины, по которым тот или иной проект, где применялась игрофикация, закончился неудачей.



Описание игрового элемента или инструмента игрофикации.



Вопрос к вам, читателям книги. Очень рекомендуем отвечать на такие вопросы до того, как продолжите чтение. Если хотите пообщаться с авторами книги и другими читателями, публикуйте ответы на вопросы в соцсетях с хештегом **#why42book**. Мы постараемся оперативно просматривать такие сообщения, комментировать их, отвечать на ваши вопросы. Надеемся, то же самое будете делать и вы!



Иногда в книге будут

встречаться наши небольшие портреты. Как вы, наверное, догадались, они означают, что в этом месте будет мнение или описание опыта одного из нас.

Примеры, опасности, интересные факты и прочее, что вынесено во вставки, встречаются и в тексте. Например, элемент соревнований рассматривается в тексте книги несколько раз, а такому инструменту, как обратная связь, посвящён целый раздел. Есть несколько вставок, где разбирается сразу несколько примеров. Другими словами, количество вставок гораздо меньше, чем число соответствующих мест в книге. Так что читайте внимательно!

Вопросы, на которые вы можете найти ответы в этой книге

- Что такое игрофикация и что к игрофикации не относится?
- Чем игрофикация лучше геймификации?
- Какие инструменты используются в игрофикации чаще всего?
- На каких психологических теориях базируется игрофикация?
- Что можно делать с помощью игрофикации и что не получится при всём желании?
- В чём польза и вред наград?
- Как создавать целостные игрофицированные системы?
- Какие существуют типы игроков?
- Почему не всех игроков мотивируют рейтинги?
- Почему бывает так, что игра успешно стартует, а потом интерес к ней падает?
- Как с течением времени меняется игра и как меняется игрок?
- Как создавать прототипы и что делать с игрой после её запуска?
- Как бейджификация может вызывать зависимость?
- Как приобрести полезную привычку за неделю?
- Почему бывает так, что целевые показатели после окон-

чания игры падают, и как этого избежать?

- Какие манипулятивные техники используются в медиа и соцсетях и как вы можете им противостоять?
- Что может заставить вас съесть на 73 % больше калорий, чем вы планировали?
- В чём опасность использования механики соревнования?
- Что делать, чтобы игрофикация была этичной?

Кроме ответов на эти вопросы, вы найдёте в книге множество примеров применения игрофикации в самых разных отраслях, типовые ошибки, которые встречаются при создании игрофицированных систем и описание десятков игровых элементов.

Игрофикация книги про игрофикацию

Делая что-то в настоящем, мы формируем будущее, и то, что вы читаете сейчас эти строки, не случайно. Мы предлагаем вам сыграть в небольшую игру, в которой вам предстоит довольно почётная роль: определить, каким будет будущее человечества.

У этой книги два финала. К какому из них вы придёте, зависит от того, как вы сыграете в эту игру. Оба финала вы можете найти в заключении. Самые нетерпеливые могут сделать это прямо сейчас, правда тогда игра для вас потеряет смысл. Оставляем на ваше усмотрение – хотите ли вы прийти к подходящему именно вам финишу самостоятельно, или подсмотреть ответ. Если вы предпочитаете второй вариант, то ознакомьтесь, хотя бы, с вопросами игры – это не займёт много времени.



Прямо сейчас, а также перед главами этой книги, вы увидите описания одного или нескольких примеров, «кейсов», специально отмеченных этим знаком весов. Мы предлагаем вам каждый раз принять взвешенное решение. В зависимости от ответа вы будете получать (или не получать) букву. Выберите место, где

вы будете их записывать. Букв всего девять штук, и вы вряд ли по ходу игры соберёте их все. Результаты, к которым привела игрофикация в каждом из примеров, вы найдёте в соответствующих главах.

Ну что, сыграем?

Итак, наш первый пример – программа, направленная на повышение популярности чтения среди школьников. Спонсором этой программы выступила одна из крупнейших в мире сетей пиццерий. В предложенной ими игре любой школьник, выполнивший условия, данные учителем (например – прочитать за месяц десять книг) получает стикер, дающий ему право получить большую именную пиццу бесплатно. Если же с этим условием справляются все ученики в классе, то пиццерия для них организует пицца-вечеринку, где вся пицца тоже для всех бесплатна.

Стала бы ваша школа участвовать в этой акции, если бы вы были её директором, а почти все остальные школы в вашем городе к этой акции присоединились? Если да, запомните или запишите букву **Ы**. Если вы не будете принимать участие в этой акции, то букву на этот раз не получаете.

Есть в этой книге ещё одна игра, которую можно пройти на разных уровнях сложности.

Нулевым, «лайтовым» уровнем сложности вы уже отлично владеете, если когда-либо были детьми. Все мы в детстве,

а кто-то и в юношестве придумывали, и весьма успешно, игры. Обычно в этих играх использовались самые простые, базовые элементы.

- Кто первым добежит до того дерева? (Рейтинг)
- Сколько раз я смогу прыгнуть со скакалкой? (Очки)
- Каждый воин нашего племени должен носить в волосах перья (бейджики), а вот эти амулеты я буду выдавать за особые заслуги (награда)².

Удивительно, но многие «геймификаторы» этим нехитрым набором и ограничиваются. Более того, мы знаем компании, которые решения подобного уровня умудряются даже продавать!

На этом уровне сложности почти невозможно добиться каких-то чётких, прогнозируемых, а главное – долгосрочных результатов. Поиск решения при таком подходе напоминает то, что показано на рис. 3.

Стрелочка № 1 может быть, допустим, введением бейджей, стрелка № 2 – виртуальной валюты, № 3 – магазина, где эту валюту можно отоварить. Стрелка № 4 – это, например, введение командной игры, № 5 – назначение капитанов, № 6 – введение командного рейтинга и так далее. Приблизиться к цели при таком подходе можно только случайно. Правда, есть некоторая вероятность получить удовольствие в процессе (главным образом, разработчику системы),

² В этом примере, кстати, присутствует ещё один важный элемент, который часто используют дети – истории, нарратив.

но ведь не это же ваша цель?

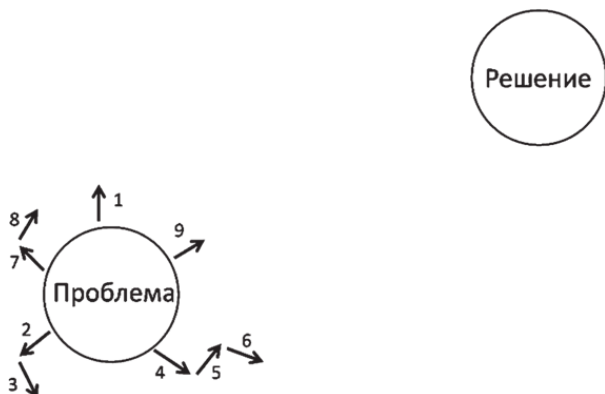


Рис. 3. Попытка найти решение при бессистемном подходе

Если вы всё же хотите добиться конкретных результатов и вовлечь в игру большинство потенциальных участников, вам больше подойдёт средний уровень сложности. Для этого вам предстоит пройти алгоритм создания игрофицированных систем, который позволит оставаться в неких границах. Если вы последовательно выполните все шаги нашего алгоритма, то в итоге создадите работающую игрофицированную систему, в которой комфортно и интересно будет находиться большинству игроков.

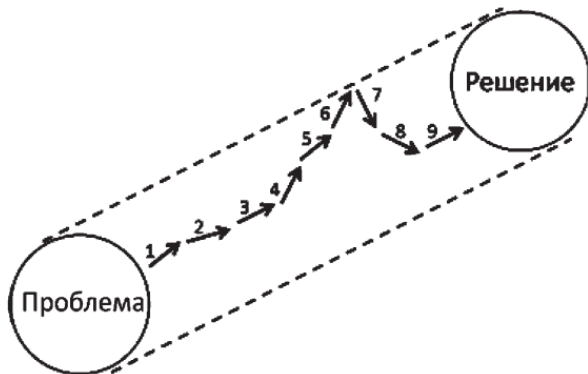


Рис. 4. Средний уровень сложности создания игрофицированных систем

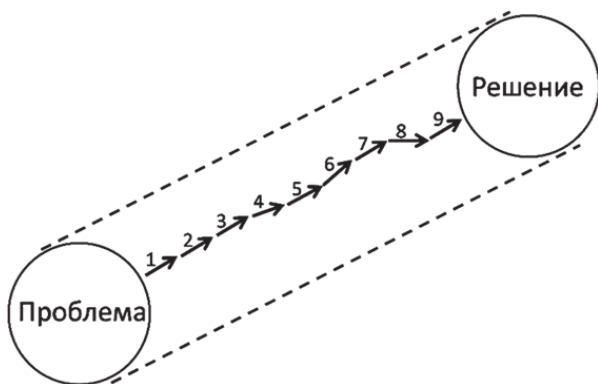


Рис. 5. Повышенный уровень сложности создания игрофицированных систем

Есть и следующий, повышенный уровень сложности, благодаря которому вы сможете вовлечь в вашу игру все типы игроков. Этот уровень сложности тоже подразумевает движение к вашей цели в неких границах, просто это движение будет более точным.

Есть и другие, ещё более высокие уровни сложности. Один из них, направленный, в частности, на создание разнообразных и интересных историй, вы можете встретить в нашем курсе³.

На протяжении книги вы в любой момент можете изменить своё решение, на каком уровне вы будете проходить эту игру. Единственное, что вам нужно будет учитывать, это то, что при игре на среднем и повышенном уровнях сложности все шаги алгоритма нужно проходить именно в той последовательности, в которой они даны в этой книге. Даже если какой-то шаг покажется вам необязательным, всё же уделите ему внимание. Причём если результат выполнения будет лишь формальным, это, скорее всего, не будет иметь никакого смысла. Постарайтесь выполнять эти шаги и отвечать на вопросы именно в тех формулировках, которые мы предлагаем.

В какой-то момент прохождения алгоритма, особенно если вы будете проходить его на среднем уровне сложности, концепция проектируемой вами системы может очень силь-

³ С актуальной информацией о наших курсах можно ознакомиться здесь: www.why42.ru

но поменяться. Скорее всего, вы столкнётесь с этим на четвёртом, седьмом и восьмом шагах нашего алгоритма. Если это произойдёт, обязательно пройдите весь алгоритм заново, с первого шага. Это действительно важно, поверьте нам на слово.

Для того, чтобы пройти игру «Игрофикация» на лёгком уровне сложности, вам не нужно ничего читать – вы уже всё знаете. Чтобы пройти игру на высоком уровне сложности, вам понадобится внимательно прочитать эту книгу, возможно – несколько раз. Если же вы хотите пройти игру на среднем уровне, некоторые части, подробно разъясняющие внутреннюю кухню, можно пропустить.



Так уж получилось, что мы прочитали эту книгу несколько раз и довольно хорошо знаем её содержание. Поэтому во всех местах, необязательных для прочтения на среднем уровне сложности, мы будем делать небольшие подсказки.

Практикум по созданию игрофицированных систем

На основе нашего опыта по созданию игрофицированных систем мы создали свой алгоритм, который назвали «**9-0**», так как все шаги в нём начинаются с буквы О.

Во время чтения этой книги вам будут встречаться блоки «Практикум», о них и шла речь в предыдущем разделе. Проходя по алгоритму, вы постепенно будете создавать свою собственную игрофицированную систему. Если вы полностью пройдёте практикум, к концу книги у вас будет готовая к внедрению собственная игрофицированная система. Весь алгоритм целиком вы можете найти в Приложении 1.

Очень часто, когда люди хотят создать игрофицированную систему, возникает соблазн просто повторить то, что сработало у других. Если бы всё было так просто, не было бы никакого смысла писать эту книгу и создавать курсы на тему игрофикации, а нам пришлось бы искать какую-то другую сферу приложения усилий.

Попытка применить понравившиеся игровые механики зачастую похожа на карго-культ, и это одна из самых частых ошибок в игрофикации.



Карго-культ (*англ.* cargo cult – поклонение грузу), или религия самолётопоклонников – культ, распространённый в Меланезии. Хотя подобные примеры были известны и раньше, наибольшее распространение культ получил после Второй мировой войны. Для поддержки своих войск США сбрасывали на тихоокеанские острова большое количество грузов (cargo). Благодаря этому у туземцев впервые появилась промышленно изготовленная одежда и другие товары.

После того, как американцы покинули острова и грузы перестали прибывать, меланезийцы стали почитать самолёты как посланников духов. Они стали создавать копии аэродромов, а также имитировать действия военных, чтобы призвать самолёты обратно. Ритуалы карго-культа выглядят примерно так: вооружённые «винтовками» из палок туземцы с нарисованными на теле «орденами» и надписями USA катают по аэродрому построенные из подручных материалов «самолёты». Примерно то же самое можно видеть, когда кто-то по неопытности пытается применить понравившиеся примеры в своей системе. В этой книге вы встретите несколько историй о последствиях такого подхода.

Развёрнутый ответ на первый вопрос нашей игры про сеть пиццерий, рекламировавшую свою продукцию, награждая детей за прочитанные книги, вы найдёте в третьей главе.

Сейчас пока зададим несколько вспомогательных вопросов, позволяющих предположить итог подобных программ.

- Начинают ли ученики больше читать?
- Какие это книги – длинные или короткие?
- Какого размера в них шрифт, много или мало в них картинок?
- Как много внимания дети уделяют содержанию?

Перед тем как приступить к первой главе, нам хотелось бы дать ответы на самые частые вопросы – те, что нам постоянно задают во время выступлений или в сети. Даже если вам кажется, что вы знаете на них ответы, лучше всё-таки прочитайте – вас может ожидать парочка сюрпризов.

Ответы на часто задаваемые вопросы (ЧАВО)

Что такое игрофикация?

Есть довольно популярное определение⁴, которое звучит так: «Игрофикация – применение игровых элементов в неигровых контекстах». Это определение не полностью отражает то, что такое игрофикация, хотя бы потому, что она довольно часто употребляется в игровых контекстах.



Игрофикация очень часто используется в спортивных играх. Бег на скорость, который уже, собственно, является **спортивной игрой**, можно сделать более увлекательным за счёт добавления командного соревнования – тогда получится эстафета (хотя есть много других вариантов, как можно сделать бег увлекательным, в том числе и без участия других игроков). Если же и эстафета наскучит, можно и в неё внести разнообразие. Например, выложить из гимнастических колец поле для игры в крестики-нолики в одном конце зала, а команды для эстафеты

⁴ Дал его Себастьян Детердинг, а популяризировал Кевин Вербах.

выстроить в другом. Если командам выдать футболки или полотенца двух «командных» цветов и их задачей будет сделать ряд из футболок «своего» цвета, эстафета пойдёт намного бодрее.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.