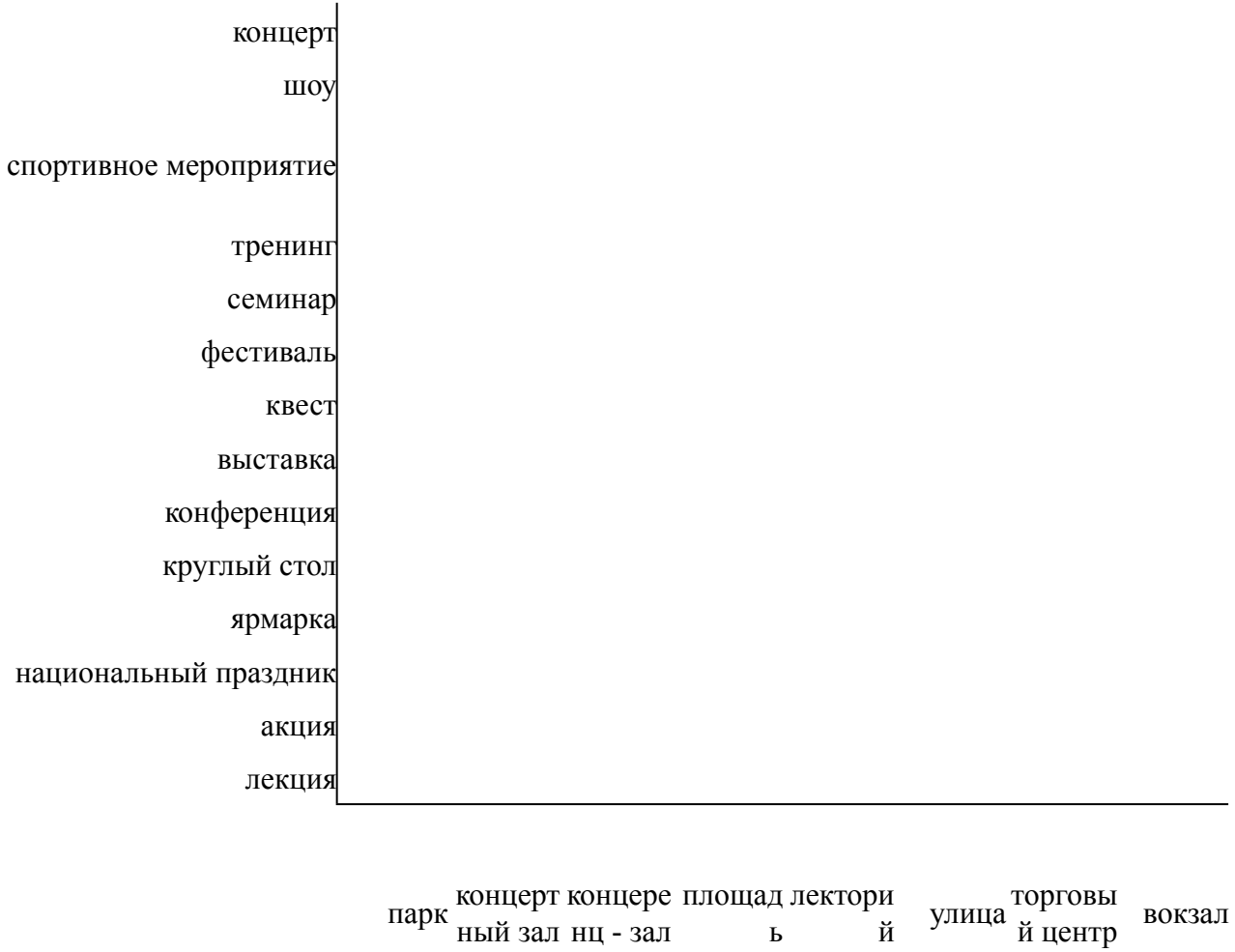
«Создание уникальных мероприятий: игрофикация и новые форматы»

Подготовлено:
Пеньковой Еленой
Тренер НФО, игротехник,
Руководитель бюро интерактивных событий и программ
«Игротехники.рф»

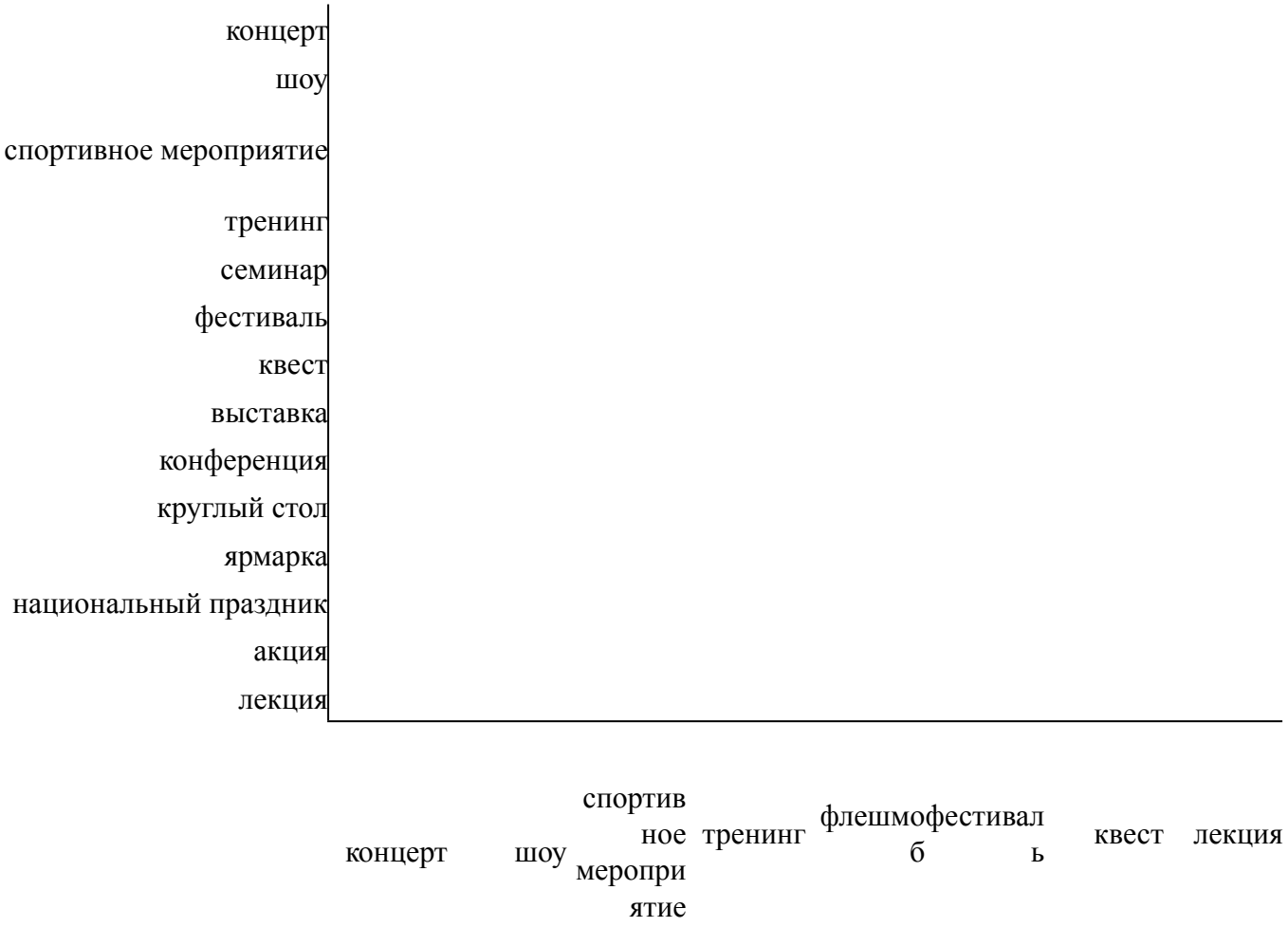
Москва 2021

КОНУС ОБУЧЕНИЯ ЭДГАРА ДЕЙЛА

Форматы мероприятий: Матрица «формат- место»



Форматы мероприятий: Матрица «формат- формат»



Упражнение

Придумать мероприятие с исходными данными:

Формат: конференция +игра

Тема: экология

Место: торговый центр

Целевая аудитория: молодые мамы с детьми

Ресурсы:

- 5 ведер,
- 10 тенисных мячей,
- 1 лист фанеры 1.5*1.5 м,
- 5 коробок гуаши.

Цвет: желтый

Целостный = холистический подход к созданию мероприятия

«Скажи мне и я забуду, покажи мне и я запомню, вовлеки меня – и я пойму»

Конфуций

Игра -

один из важнейших феноменов человеческого сущес твования. Обычно Игру противопоставляют труду, видят в ней тренировку перед серьезным делом. Игра – конечна.

В начале XX века Философ Джордж Сантаяна писал, что игра — это что-то, что мы делаем “спонтанно и ради самой игры”.

Игрофикация — это использование **игровых элементов** и приемов **дизайна игр** в **неигровом контексте.**

Геймификация помогает заставить людей действовать, не думая слишком много.

Примеры геймификации

Геймификация как инструмент вовлечения - используется на протяжении довольно долгого времени в бизнес –сфере - большинство ее форматов были разработаны как ответ на потребности потребителей или в качестве экспериментальных **способов влияния** на покупательское поведение (в частности, привлечение к покупке).

- *Карты лояльности (кафе, магазины, заправки)*

- *Бонусные программы авиакомпаний*
- *Онлайн-конкурсы*
- *Ступени роста в организациях*

Игровая мотивация:

1. Активизирует эмоции человека – любая рутина становится веселей.
2. Погружает человека в состояние «Ребенка» (это всегда творчество и желание выиграть)
3. Свобода от стереотипов
4. 100% вовлеченность «здесь и сейчас»

4 базовых принципа игрофикации

Геймификация основана на множестве сложных психологических и поведенческих принципов

1. Мотивация

Мощными стимулами к действию являются желания:

- получить удовольствие - использовать любое вознаграждение (приз, признание друзей)
- избавиться от дискомфорта. - нужно максимально точно описать, что получит и почувствует участник в случае победы — примерив на себя роль победителя, человек не захочет упустить возможность стать таковым на самом деле.

2. Неожиданные открытия и поощрения

Бонусный контент, специальные вознаграждения, неожиданная похвала, новые возможности — подобные приятные неожиданности вызывают у людей любопытство, каковое впоследствии порождает желание достичь конечной цели конкурса, задания или соревнования.

3. Статус

Стремление к статусу заложено биологически — каждый желает быть лучшим в том, что делает. Хорошо структурированное соревнование, предоставляющее множество возможностей для демонстрации прогресса и успеха, позволяет доказать свое превосходство как противнику, так и самим себе.

Если вы поспособствуете формированию у человека положительного представления о себе и поможете ощутить уважение других, он будет придерживаться модели поведения, которая к этому привела.

Индикаторы прогресса, значки, списки лидеров, публичная похвала — эти и многие другие форматы отображения достижений являются стимулами к действию. Также публикуйте информацию о ходе конкурса, чтобы участники могли оценить свои результаты и сравнить их с успехами других.

4. Вознаграждения

Вознаграждения могут быть:

- эмоциональными,
- физическими
- персональными
- повышающими статус

Если вы выбираете в качестве вознаграждения исключительно физический продукт, убедитесь, что его ценность стоит усилий, которые участники затратят на победу — в противном случае, желающих поучаствовать найдется немного.

Причины применения игрофикации:

- Вовлеченность -
- Эксперимент- позволяет человеку совершенствоваться и не страшно в игре попробовать что-то новое.
- Результат

Любая игра способствует выработке гормона удовольствия - **дофамина**, который дарит человеку радость от новых побед и одобрения окружающих.

Происходит **Дофаминовая петля.**

Игровые элементы:

- Баллы – вознаграждения, получаемые за определенные действия
- Бейджи- виртуальные / реальные награды, предназначенные для измерения активности участника процесса
- Рейтинги- показатели, отображающие успехи участника.
- Уровни – статусы, которых участники могут достигать посредством своих действий
- Лидерборды («доска почета») – таблицы лидеров, на которых обозначаются участники процесса
- Виртуальная валюта – виртуальные средства, которые можно тратить на что-то виртуальное или реальное
- Интерактивные элементы – элементы визуализации

Способы геймифицировать процесс обучения:

1- Веселите.

Делайте процесс веселым, привнося в него игровое начало. Другими словами, разрабатывайте такие игровые моменты, которые как бы случайно поддерживают ваши цели

Игра- это рычаг развития мышления и ловкости.

2- Ролевые игры.

В игре участник принимает определенную роль в воображаемой ситуации и действует от лица своего персонажа. В процессе ролевой игры обучающиеся используют свои знания и навыки и учатся применять их для решения задач в необычных ситуациях.

Ролевая игра является высшим проявлением геймификации, потому как именно здесь сходятся воедино многие ее составляющие.

3- Соперничество. Участники игрофицированного тренинга являются соперниками. Для них недостаточно просто хорошо себя показать, они должны действовать лучше, чем противоборствующая сторона. Их текущие результаты размещаются на турнирной таблице.

4 - Награждайте.

Предлагайте награду в геймифицированном мероприятии. Ее надо заработать, делая вещи, которые требуют мастерства.

5- Материализуйте идеи. Воплощайте идеи, делая их ощутимыми и материальными. Многие обучаются лучше и быстрее, когда понятия передаются в виде осязаемых объектов.

6- Планируйте уровни сложности. Уровень подразумевает противостояние. Участники переходят на следующий уровень, преодолевая вызовы все возрастающей сложности.

7- Поощряйте практику. Поощряйте практику, сокращая количество лекций. В геймифицированном мероприятии вы должны противостоять желанию рассказать обо всем, что нужно знать и делать. Участники должны **сами** узнавать большую часть материала.

8- Поощряйте самостоятельность. Самостоятельное изучение сродни свободному плаванию с большими рисками, но и с большей отдачей. Геймифицируйте изучение , не просто делясь своей мудростью, а предоставляя обучающимся возможность учиться на своих

5 элементов Игры:

- Кто ? (роли игры)
- Что ? (будет происходить, что в итоге)
- Как? (механика взаимодействия)
- Где? (игровое поле)
- Чем? (реквизит)

Виды механик Игр:

1. Перейти на уровень
2. Собери паззл
3. Цепочка событий

- «гонка»
- «поле чудес»

Создание Аватара Игры:

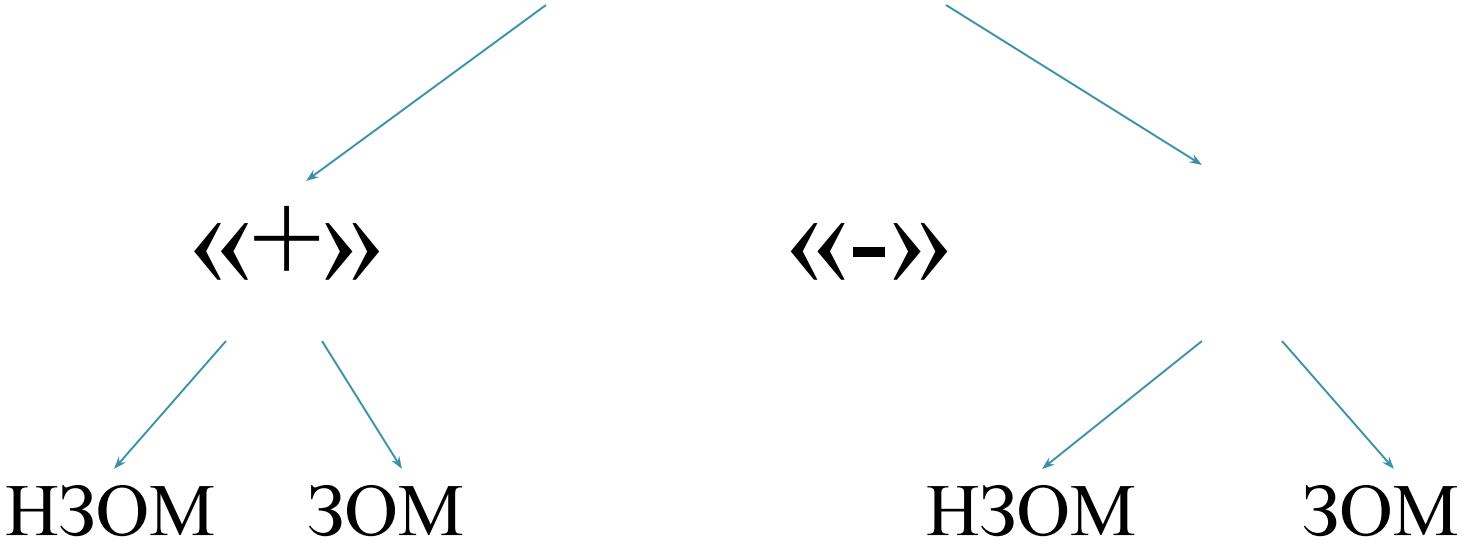
Всегда надо понимать, кто ваш герой и ваша **целевая аудитория.**

Аватар – герой Игры.

Важно учитывать 4 фактора и прописывать их при разработке игры.

- ценности (что для него важно?)
- наказания (чего он боится?)
- награды (чего он хочет?)
- чего избегает?

Библиотека событий:



НЗОМ – события, независимые от меня

ЗОМ- события, которые зависят от меня

И есть еще:

Мета - События – форс- мажоры (наводнение, пожар), государственные события (чемпионаты, Олимпиады и т.п.)

Правила при создании Игры:

1. Название игры.
2. Цели (игровые и рабочие).
3. Ключевая идея и выводы
4. Механика (как ходят, как получают баллы и штрафы)
5. Сколько человек, время, ведущий.
6. Что в итоге.

Контакты

elena.penkova@mail.ru

WA +79165528173

@elenapenkova_rf

сайт: игротехники.рф