



«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»

концерт	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
шоу	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
спортивное мероприятие	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
тренинг	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
семинар	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
фестиваль	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
квест	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
выставка	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
конференция	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
круглый стол	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
ярмарка	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
национальный праздник	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
акция	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал
лекция	концерт	концерт	площадь	лектори	улица	торгов	вокзал

Форматы мероприятий:

Матрица «формат- формат»

концерт							
шоу							
спортивное мероприятие							
тренинг							
семинар							
фестиваль							
квест							
выставка							
конференция							
круглый стол							
ярмарка							
национальный праздник							
акция							
лекция							
	концерт	шоу	спортивное мероприятие	тренинг	фестиваль	квест	лекция

Упражнение

Придумать мероприятие с исходными данными:

Формат: конференция + игра

Тема: экология

Место: торговый центр

Целевая аудитория: молодые мамы с детьми

Ресурсы:

- 5 ведер,
- 10 теннисных 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 существования. 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 что 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 противоположающая 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 осязаемыми 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 пазл
3. Цепочка событий
 - «гонка»
 - «поле чудес»

Создание Аватара Игры:

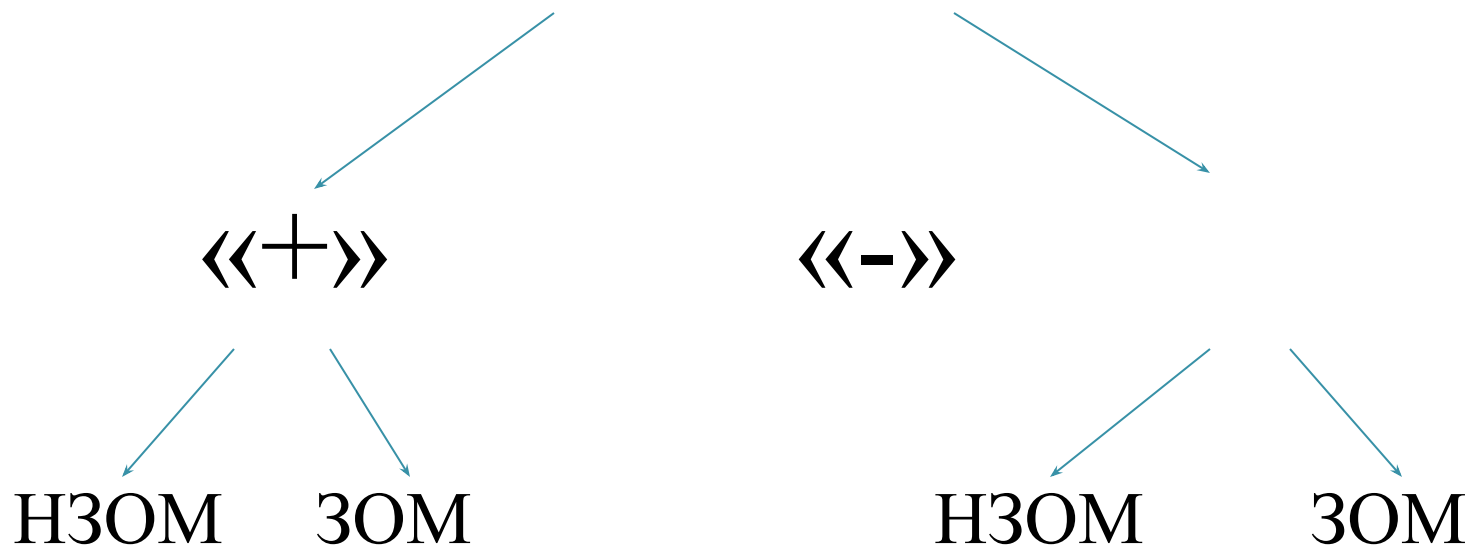
Всегда надо понимать, кто ваш герой и ваша **целевая аудитория.**

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

