

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ НОВОГО ПОКОЛЕНИЯ: ГЕЙМИФИКАЦИЯ ПРОЦЕССА ЧТЕНИЯ КАК СПОСОБ ОРГАНИЗАЦИИ ТЕКСТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА USATODAY)

Чтение как ведущий процесс приобщения к знанию является одним из основных навыков, необходимых для образовательной деятельности, но требует больших временных и когнитивных затрат от обучающегося. Информационные привычки и потребности нового поколения ставят перед образовательными практиками серьезные вызовы и требуют поиска свежих решений в организации текстовой деятельности. В ответ на эти вызовы в практической области появляются любопытные успешные эксперименты, требующие рассмотрения и обобщения. Рассмотрен пример удачной геймификации процесса текстовой деятельности на примере одного из проектов USATODAY с целью выявить педагогический потенциал данных технологий.

Ключевые слова: геймификация, образование, текстовая деятельность, чтение, информация.

Стремительный рост технологий влечет за собой возникновение новых информационных привычек и потребностей у современного поколения читателей, которое, по мнению исследователей, совершенно иначе работает с информацией. Так, если поколение «иксов-странников», как называет рожденных с 1960-х по 1980-е гг. разработанная Уильямом Штраусом (William Strauss) и Нилом Ховом (Neil Howe) теория поколений [1, 2], еще согласно получать информацию в привычном формате линейного или структурированного на главы текста как на бумажных, так и на электронных носителях, то поколения «игреков-героев» (с 1980-х по 2000-е гг.) и «зетов-художников» (с 2000-х по настоящий момент), сегодня входящих или находящихся в образовательном процессе, требуют новых подходов к организации и упаковке информации.

Работа с информацией – это в первую очередь процесс текстовой деятельности, поскольку без сформированных компетенций слушания и чтения невозможно представить себе процесс познания, получения и усвоения новых знаний. По мнению многих исследователей, чтение как интерпретация знаковой последовательности, образуя «„сердцевину“ образовательного процесса» [3], являясь «источником приобретения знаний, духовного и нравственного развития личности» [4], требует от читателей «наличия определенного уровня фоновых знаний, специального настроения, сформированности интереса к теме изложения» [5] и затрат когнитивных ресурсов и времени, вследствие чего становится одним из самых проблемных процессов в образовании – сложным, рутинным, трудозатратным, длительным. Неудивительно, что столько исследователей направляют свои усилия на то, чтобы сделать эту деятельность более эффективной и более успешной для современных студентов, имеющих свои предпочтения в работе с информацией.

Исследователи теории поколений отмечают такие особенности «игреков» и «зетов», как откры-

тость для изменений, общительность, разнообразие интересов, желание немедленного вознаграждения за труд и невозможность существования без техники. На фоне этого совершенно понятны пристрастие современных читателей к гаджетам и снижение интереса к бумажным и к другим традиционным носителям информации (именно «игреки» первыми начали комбинировать разные медиа, используя одновременно сразу несколько источников: телевизор, смартфон, стационарный компьютер) [1]. Называя таких читателей web 2.0, исследователи говорят о необходимости дублирования вербальной и визуальной информации, сопровождении вербального текста другими типами информации (аудио или видео) и необходимости интерактивного взаимодействия с текстом [6].

Становится очевидной необходимость поиска новых форм представления информации и организации текстовой деятельности с учетом потребностей подрастающих поколений, в том числе использование геймификации как способа вовлечения студентов в такие сложные интеллектуальные процессы, как чтение, анализ и интерпретация текстовых массивов [7].

В данной статье рассматривается на примере проекта USATODAY «Match Candidate» удачный, на взгляд авторов, образец применения принципов геймификации в организации процесса чтения и принятия решений на основе прочитанного, а также оценивается потенциал данной технологии применительно к текстовой деятельности.

«Match Candidate» – проект, созданный журналами USATODAY в 2012 г. В предвыборной борьбе за пост президента встретились Барак Обама и Митт Ромни. Чтение политических текстов – особый процесс, сравнимый с чтением текстов академических, поскольку к обычным этапам восприятия текста (собственно восприятие, понимание, интерпретация) [8] добавляется необходимость сформировать и совершить на основе прочитанного собственный выбор. Подобное чтение

имеет прагматическую цель – принятие решения о выборе того или иного кандидата, а значит, включаются функции анализа и сравнения разных политических текстов, синтеза и оценки информации. В выбранном кейсе данный процесс, требующий серьезных когнитивных усилий, предложен в нетривиальном варианте, материал для деятельности читателя упакован нелинейно – как книга, буклет, или программный документ, а как игровое пространство, действуя в котором по определенным правилам пользователь достигает своей цели.

Можно было бы назвать этот кейс игрой, но поскольку в эту «игру» нельзя выиграть, она не несет в себе развлекательной составляющей, а напротив, вовлекает в достаточно серьезный процесс анализа, выбора и самоопределения, можно констатировать, что мы имеем дело с продуктом геймификации. Но форма организации в виде игры, использование игровых технологий позволяют применить для анализа проекта игровые подходы. Исследователь и разработчик игр Джейн Макгонигал называет необходимые элементы игры: цель и правила, механизм отслеживания, добровольность [9]. Эти же принципы применимы к продукту геймификации. Сквозь призму этих принципов мы анализируем продукт творчества авторского коллектива журналистов и программистов USATODAY.

Цель, исходя из теории текста, на текстообразование влияют целеустановка самого текста и целеустановка конкретного автора текста. Автор направляет читателя в его интерпретации текста, определяет цели и задачи текста (информировать, волеизъявлять, инструктировать), тип речевого поведения, отношение к сообщаемому, акценты при конструировании текстового произведения, порядок прочтения [8]. Вслед за геймдизайнерами, думая как геймдизайнеры, геймификатор на первое место выводит цели игрока (а в данном случае – читателя), именно его цели определяют способ организации деятельности, процесс прохождения игрока к игровой цели, глубину его погружения в поставленную задачу.

В выбранном кейсе цель пользователя – определить собственную политическую позицию, ее близость тому или иному кандидату на пост президента, сделать свой выбор более осознанным, обоснованным – выходит на первый план и приобретает организующую функцию. Так, вход в текст происходит не через задачу коллективного автора проинформировать, рассказать о политических планах кандидатов, а через задачу читателя/интерпретатора/избирателя/пользователя определиться с точкой зрения по ключевым вопросам.

На левой панели мы видим актуальные в тот момент для американского общества вопросы: ра-

бота, медицина, охрана здоровья, налоги, оборона, Афганистан, Иран, Китай, иммиграционная политика, однополые браки, аборт, экология (окружающая среда), энергетика, квалификация. По каждой теме сформулировано утверждение, к примеру, во вкладке РАБОТА/ЗАНЯТОСТЬ (JOBS) читаем: *Правительство должно подстегивать экономический рост и создание рабочих мест с помощью стимулирующих расходов (The government should seek to spur economic growth and job creation through stimulus spending).*

Правила просты: пользователь должен согласиться или не согласиться с выбранным утверждением, нажав соответственно на «СОГЛАСЕН» (AGREE) или «НЕ СОГЛАСЕН» (DISAGREE). Таким образом читательская цель выходит на первый план и становится целью авторов, определяющей, структуро- и формообразующей, а задача автора трансформируется из «рассказать» в «организовать среду для изучения материала» (образовательная, педагогическая цель). Формулировки ключевых утверждений предельно объективны, они абсолютно лишены эмоционально-оценочных, модусных выражений, что создает эффект самоустранения автора, его редуцированности. Кроме того, таким образом снимаются личные пристрастия и симпатии к кандидатам. Можно симпатизировать человеку, подпадать под его обаяние и харизму, но не соглашаться с его точкой зрения и политической позицией. В данном случае этот личностный фактор также нивелируется, в момент своего самоопределения игрок-читатель не знает, кто из кандидатов согласен, а кто не согласен с предложенным утверждением, и делает выбор исходя из своих собственных представлений об устройстве государства и общества.

Механизм отслеживания представлен игровым полем. Это тот элемент, который отвечает на одну из ведущих потребностей поколения «игреков», – желание немедленного вознаграждения за труд, быстрое достижение результата деятельности. Игровое поле поделено пополам по цвету и изображению: на синем поле мы видим графическое изображение Барака Обамы, на красном – Митта Ромни. В случае самоопределения пользователя бегунок, делящий поле пополам, перемещается и «побеждает» один из кандидатов. Чем более сближается позиция пользователя с позицией кандидата, тем больше процентов поля (опять же визуализированные крупной цифрой процентного соотношения) окрашивается в красный или синий цвет. Таким образом, данная форма отвечает сразу двум требованиям поколения – интерактивности (возможность взаимодействия с текстом) и визуализации (сопровождения текстовых символов изображением). Кроме того, моментальная обратная связь

мотивирует к дальнейшему перемещению по вопросам.

Вариант ответа «НЕ ОПРЕДЕЛИЛСЯ» (NOT OPINION) – третий возможный ответ – никак не влияет на перемещение бегунка и стимулирует обратиться к еще одной кнопке «ЧТО ОНИ ГОВОРИЛИ» (WHAT THEY SAID): для прояснения позиции здесь представлены высказывания кандидатов по изучаемому вопросу в различных дискуссиях, дебатах, программных речах.

Есть процессы, которые «нагоняют тоску», на которые жалко тратить время, и процесс политического самоопределения один из них и для российских, и для американских граждан. Не все люди способны анализировать тексты, выделять главное, сопоставлять факты именно в текстовом их воплощении. Удобно организованный материал для текстовой деятельности снимает некоторые из трудностей, которые встречаются избирателям на пути самоопределения. Предварительный журналистский поиск и аккумуляция в одном месте цитат и высказываний, речей и сообщений, а также анализ и сортировка текстов облегчают задачу пользователям, позволяя сконцентрироваться на основной его задаче – принять решение и пойти голосовать. В данном случае удовлетворяется еще одно требование геймификации – устранение болевых точек, тех моментов и трудностей, которые мешают игроку (в нашем случае избирателю) добраться до цели, сделать выбор.

Принцип добровольности реализован через интерактивность проекта – возможность пользователя взаимодействовать с текстом, а также через дробление текста на фрагменты. Пользователь может обращаться к вопросам в свободном порядке, сначала выбрать те ключевые проблемы, по которым у него сформировано мнение, а затем перейти к более сложным вопросам, требующим погружения в тему. Или наоборот. Кроме того, пользователь сам регулирует глубину погружения, по собственному усмотрению изучая или не изучая высказывания кандидатов, располагающиеся в дополнительном окне «ЧТО ОНИ ГОВОРИЛИ». Это реализовано через фрагментирование текста, разбиение его на самостоятельные текстовые высказывания и сортировку по ключевым вопросам. Свобода перемещения по тексту снимает напряжение, вызы-

ваемое сложностью задачи, на этот же эффект работает редуцированность автора, о которой говорилось ранее. Пользователь остается один на один с текстом и чувствует себя «хозяином», не боится ошибки и чьей-либо негативной оценки, часто возникающих в момент серьезного выбора.

Данный кейс сложно классифицировать, его невозможно отнести к журналистским продуктам в традиционном понимании российской журналистики. Журналистские и газетные тексты теория текста определяет как воздействующие, насыщенные модусными смыслами, более близкие к текстам художественного типа по средствам выражения [8]. Здесь же наблюдается появление нового вида журналистики, где автор воздействует на своего читателя иными средствами: модусы исключены из утверждений, позиции оппонентов представлены безоценочно, автор как бы «стоит в стороне», давая пользователю определиться самостоятельно. Цель и задача автора трансформирована из «проинформировать, рассказать» в «организовать среду для изучения материала, вовлечь в процесс самоопределения». Фрагментация и сортировка текстов по ключевым вопросам обусловлены прикладной направленностью цели и снимают трудности, связанные с анализом и сопоставлением больших информационно-массивов, возникающие у избирателей. Таким образом, перед нами новый вид организации материала для изучения, для текстовой деятельности, имеющей прагматические задачи.

Итак, в данной статье проанализирован пример успешной и эффективной геймификации сложного интеллектуального процесса чтения. Наличие игровых механик сближает проект с игрой, но поскольку игровая цель не просто не является главной, но отсутствует как таковая, данный кейс не является собственно игрой.

Появление нового вида организации текстовой деятельности посредством ее геймификации полностью соответствует требованиям нового поколения. Представляется очевидно необходимым учитывать подобный практический опыт в педагогических целях, а актуальной задачей для исследователей и практиков сферы образования становится разработка принципов работы с текстами научного и учебного характера с привлечением геймификации.

Список литературы

1. Howe N., Strauss W. Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069. New York: William Morrow & Company, 1991. 538 p.
2. Фулкова Ю. Игрекнеизвестный // Интернет-ресурс «RuGeneration». URL: <http://rugenerations.su/2014/07/23/игрек-неизвестный/#more-1102> (дата обращения: 12.01.2016).
3. Праженик А. Е. Проблема академического чтения: дидактический и академический аспекты // Стратегии академического чтения и письма. Вып. 5. Мн.: ПроPILEI, 2007. С. 46–61.
4. Хопренинова В. А. Текстовая деятельность как средство достижения образовательных результатов // Концепт. Современные научные исследования. 2015. Вып. 3. URL: <http://e-koncept.ru/2015/85820.htm> (дата обращения: 12.01.2016).

5. Стрекалова М. Д. Основные методические критерии отбора содержания обучения чтению в рамках курса «Домашнее чтение» в языковом вузе // Ярославский педагогический вестник. 2008. № 3. С. 3–10.
6. Маслѣнкова Н. А. Читатель Web 2.0: читательская перцепция в контексте новых медиа // Дискурс современных массмедиа в перспективе теории, социальной практики и образования: сб. науч. работ. Белгород: КОНСТАНТА, 2014. С. 301–308.
7. Орлова О. В., Титова В. Н. Геймификация как способ организации обучения // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). 2015. Вып. 9. С. 60–64.
8. Валгина Н. С. Теория текста. Москва: Логос. 2003. 280 с.
9. McGonigal J. *Reality is broken: why games make us better and how they can change the world*, ISBN 978–1–5942–0285–8 (20 January 2011). 416 p.

Орлова О. В., доктор филологических наук, доцент.
Томский государственный педагогический университет.
Ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061.
E-mail: o.orlova13@yandex.ru

Титова В. Н., аспирант.
Томский государственный педагогический университет.
Ул. Киевская, 60, Томск, Россия, 634061.
E-mail: litisa@yandex.ru

Материал поступил в редакцию 30.03.2016.

O. V. Orlova, V. N. Titova

EDUCATIONAL CHALLENGES OF THE NEW GENERATION: GAMIFICATION OF THE READING PROCESS AS A WAY OF ORGANIZING TEXTUAL ACTIVITY (ON THE EXAMPLE THE USATODAY PROJECT)

Reading as a leading process of initiation to knowledge is one of the main skills needed for educational activities, but also requires more time and cognitive costs from the learner. Information habits and needs of a new generation pose serious challenges for educational practices and require new solutions within the organization of the textual activity. In response to these challenges in practical field appear curious, successful experiments requiring review and synthesis. We consider the example of a successful gamification of the process of textual activity on the example of USATODAY project with the aim to identify the pedagogical potential of these technologies.

Key words: *gamification, education, textual activity, reading, information.*

Reference

1. Howe N., Strauss W. *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069*. New York: William Morrow & Company, 1991. 538 p.
2. Fulkova Yu. Iгрек neizvestnyy [Iгрек unknown]. *Internet-resurs "RuGeneration" – Internet resource "RuGeneration"*. URL: <http://rugenations.su/2014/07/23/igrek-neizvestnyj/#more-1102> (accessed 12 January 2016) (in Russian).
3. Prazhenik A. E. Problema akademicheskogo chteniya: didakticheskiy i akademicheskii aspekty [The problem of academic reading: a didactic and academic aspects]. *Strategii akademicheskogo chteniya i pis'ma – Strategies in academic reading and writing*, 2017, no. 5, Mn.: Propilei Publ., 2007, pp. 46–61 (in Russian).
4. Khopreninova V. A. Tekstovaya deyatel'nost' kak sredstvo dostizheniya obrazovatel'nykh rezul'tatov [Textual activities as a means to achieve educational results]. *Kontsept. Sovremennyye nauchnye issledovaniya – Concept. Modern scientific studies*, 2015, no. 3. URL: <http://e-koncept.ru/2015/85820.htm> (accessed 12 January 2016) (in Russian).
5. Strekalova M. D. Osnovnye metodicheskiye kriterii otbora soderzhaniya obucheniya chteniyu v ramkakh kursa "Domashneye chteniye" v yazykovom vuze [The basic methodological criteria of selection of content for teaching reading in the framework of the course "Home reading" in higher school]. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik – Yaroslavl' Pedagogical Bulletin*, 2008, no. 3, pp. 3–10 (in Russian).
6. Maslenkova N. A. Chitatek' Web 2.0: chitatek'skaya pertseptsiya v kontekste novykh media [The reader of Web 2.0: the reader's perception in the context of new media]. *Diskurs sovremennykh massmedia v perspektive teorii, sotsial'noy praktiki i obrazovaniya: sb. nauch. rabot* [The discourse of modern mass media in the perspective of theory, social practice and education: Collection of scientific works]. Belgorod, CONSTANT Publ., 2014. Pp. 301–308 (in Russian).
7. Orlova O. V., Titova V. N. Geymifikatsiya kak sposob organizatsii obucheniya [Gamification as a way of learning organization]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta – TSPU Bulletin*, 2015, no. 9, pp. 60–64 (in Russian).
8. Valgina N. S. *Teoriya teksta* [The theory of the text]. Moscow, Logos Publ., 2003, 280 p. (in Russian).
9. McGonigal J. *Reality is broken: why games make us better and how they can change the world*. ISBN 978–1–5942–0285–8 (20 January 2011). 416 p.

Orlova O. V.

Tomsk State Pedagogical University.

Ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061.

E-mail: o.orlova13@yandex.ru

Titova V. N.

Tomsk State Pedagogical University.

Ul. Kievskaya, 60, Tomsk, Russia, 634061.

E-mail: litisa@yandex.ru