

Адрес статьи / To link this article: <http://cat.itmo.ru/ru/2022/v7-i3/354>

Ресурс геймификации в бесконтактном мире

К. А. Очеретяный

Санкт-Петербургский государственный университет, Россия

kocheretyany@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается проблема становления бесконтактного мира — трансформации всех типов межчеловеческого взаимодействия в направлении взаимодействия с интерфейсом, с различного рода приложениями-сервисами, и сопутствующего изменения форм работы с навыками и знаниями. Анализируются генеалогические истоки и концептуальные границы феномена геймификации, принципы и масштабы ее применимости. Диагностируется, что геймификация, будучи призвана снять отчужденность свойственную бесконтактному миру — вернуть эмоциональные связи (в том числе и в дистанционно-образовательные формы), в действительности превращается в систему рейтингов и индикаторов, подчиняющую человека агональной логике. Такая геймификация оказывается машинно-ориентированной, т.к. по своим требованиям приближает человека к машине. Следовало бы, напротив, приблизить машину к человеку — создать человеко-ориентированную геймификацию. Принципы такой геймификации с человеческим лицом — путем сегментации психотипов, понимания мотивационно-поведенческих аспектов и критической функции игры — показаны в статье. Делается вывод, что в условиях бесконтактного мира геймификация должна подчиняться не только бихевиориальной логике и психологии, но и творческо-критическому началу — ее задача переключать внимание с результата на процесс, со скорости отклика на погружение в проблему, с выбора решения на новую творческую формулировку вопроса, с готовых вариантов на изобретение — в противном случае геймификация останется формой цифровой эксплуатации человеческого капитала.

Ключевые слова: цифровизация, геймификация, интерактивность, цифровое образование, инфотейтмент

Императивы бесконтактного мира

Окружающий нас мир стремительно становится бесконтактным — мы все больше ориентированы на сеть и на цифру, все большее доверие питаем к гаджетам, все чаще взаимодействуем с приложениями, чем с людьми [1]. Стремление избежать контакта соотносится со стремлением избежать неудобства ряда обстоятельств, таких как многим знакомое изменение собственного поведения в новой и непривычной среде — пусть это будет офис или бюро; эмоциональное воздействие персонала — пусть это будет чиновник, чей статус может подавлять или провоцировать паразитарные переживания; зависимость от воли и положения другого, чреватая злоупотреблением.

Бесконтактность на первый взгляд дает больше прав и свобод, поощряет собственные действия за счет ограничения влияния другого. Другой — всегда вызывал внимание, тревогу, подозрение: победа бюрократии и последующая ее технизация, как раз и стала возможной, благодаря нивелированию роли субъективного начала. Чем меньше имеешь дело с другим — человеком, мнением, взглядом на мир — тем больше остается надежды и веры. Прежде всего, веры в то, что субъективность не станет препятствием, что процессы будут осуществляться объективно. На место тревоги возможному контакту с субъективным началом приходит доверие к выстроенному на принципе объективности технизированному механизму разрешения проблем. Контакт из напряженного трения противопоставленных друг другу желаний превращается в техническую операцию, осуществляемую по строго регламентированному порядку. Здесь не место обсуждать, как и почему субъект стал фигурой подозрения, а субъективность начала вызывать подозрение в манипуляции или злоупотреблении положением. Все это увело бы в сторону более сложных психологических, социальных и философских вопросов. Достаточно указать на то, что технизация межлического взаимодействия и десубъективация посредников, обеспечивающих это взаимодействие — иными словами, бесконтактность — в определенный момент стала синонимом порядка, надежности, благополучия. Дистанционное взаимодействие, десубъективация коммуникативных актов, строгая регламентация порядка действия становятся императивами бесконтактного мира. Именно этим императивам на пути достижения прагматической эффективности стремятся следовать при продумывании цифровых сервисов различного рода.

Технизация межлического общения может быть названа сервисом — это емкое слово все чаще соотносится с упомянутыми выше порядком, надежностью, благополучием. Если три указанных понятия — символ веры технократической цивилизации, то сервис стал институцией, эту веру хранящей и поддерживающей. И речь здесь не о внешнем сопоставлении, а о прямом совпадении. Достаточно предположить вслед за М. Вебером и В. Беньямином, что капитализм имеет религиозные основания (лежат ли они в протестантской этике или в ином измерении) или, даже сам является новой религией (товарный фетишизм), то покажется вполне правомерным вывод о том, что эсхатологическую функцию в этой религии выполняет сервис — он обеспечивает спасение: от субъективного произвола, от нарушения порядка, от прямого контакта с людьми. Впрочем, расплачиваться за спасение приходится тем, что все социальные коммуникативные акты нивелируются до уровня сервиса. Иными словами, спасение от субъективности покупается тем, что деятельность предельным образом фетишизируется и ритуализируется: любой запрос превращается в форму служения, т.е. делегирование воли технической операциональной структуре, а любая деятельность становится обслуживанием — соответственным образом начинают представляться и оцениваться результаты этой деятельности.

Все формы коммуникативного взаимодействия подчиняясь логике сервиса, становятся инструментальными, превращают все в средство. Параллельно этому процессу идет другой: сервис все больше развоплощается, стремясь от формата институции к формату программы. Иными словами, материальная очевидность зданий, кабинетов, технических инструментов обслуживания и учета, людей, работающих в этом здании — все это как бы исчезает, начинает существовать не в реальном пространстве-времени, а скорее в форме некоего приложения, которое можно установить на смартфон. А само приложение постепенно начинает восприниматься как некий оракул, который дает ответы на вопросы. Поскольку же в сервисе промежуточные шаги любой деятельности оказываются скрыты для пользователя, и он имеет дело всегда уже только с результатом, т.е. с чем-то законченным, завершенным, существующим, будто само по себе и ни от чего не зависящим, с чем-то похожим на чудо, то и результат обнаруживает себя как откровение, как то, что скорее нивелирует усилия человека, чем поощряет их.

Парадоксальным образом благодаря бесконтактности услуг, переведения их в форму цифрового сервиса, человек получает возможность не посещать офис, но он сам становится офисом, т.е. выполняет сам большую часть того, что раньше делалось другими. При этом он чаще всего нивелирует собственные усилия, воспринимая их в режиме ввода информации, напротив, переоценивая результат, воспринимая его как некий ответ оракула, или как чудо, как что-то самостоятельное и самоценное. Процесс обработки информации, хотя он и состоит из усилий конкретного человека, кажется чем-то незначительным, напротив, результат — хотя он есть воплощение технического порядка и бюрократических процедур — обладает предельной ценностью [2]. Все это создает ситуацию, при которой человек привыкает иметь дело только с

результатом, чем-то законченным и определенным, все остальное кажется ему неким наброском, недоведенной до завершения программой, чем-то ошибочным, чем-то, чего принято стесняться и что следует скрывать. Действия и решения кажутся вытесненными рядом операций-ритуалов по взаимодействию с программой, а субъективные усилия и поиски оказываются припущены в пользу технических результатов.

Императивы бесконтактного мира переходят в свою противоположность: дистанционность взаимодействия — в дистанционность от взаимодействия, десубъективация коммуникативных актов — в отождествление субъективности и ошибки, рассмотрение себя, своего собственного «Я» как слабого звена коммуникации; регламентация порядка действия — в нивелирование роли собственных усилий в пользу механизации действия. Все эти трансформации как в едином фокусе оказываются схвачены проблемой образования. С одной стороны, мир цифровых сервисов — мир, требующий адаптивности и пластичности, — он открыт обновлениям и потому хронически неопределен, требует постоянной работы со знаниями и навыками. С другой стороны, в мире цифровых сервисов и само образование становится сервисом, а знания и навыки из того, что вырабатывается, превращаются в то, что предоставляется — как услуга, как нечто приходящее извне, как нечто законченное. Поскольку бесконтактный мир с его императивами превращает субъекта в пользователя, то и знания с навыками перестают вырабатываться, их остается только использовать: критическая функция знания уступает место миметической — подражательной. Однако, остается еще один важный вопрос, требующий ответа: даже если под воздействием императивов бесконтактного мира, субъект превращается в пользователя, а знание начинает восприниматься как нечто готовое и законченное, как нечто призывающее скорее не к пересмотру, а к повторению, не является ли пользовательский интерфейс тогда тем, что не только упрощает доступ, но и определяет само понимание доступности [3] — всё, что нельзя представить в пользовательском интерфейсе, будто и вовсе нельзя представить; всё, что нельзя использовать по правилам интерфейса, будто и вовсе нельзя использовать.

Бихевиориальная матрица

Интерфейс определяет опыт пользователя, иными словами, он ответственен не только за то, что доступно пользователю в плане возможных действий, но и в большой мере за то, что происходит с ним благодаря этим действиям. Уже первые операциональные образцы протоинтерфейса опирались на стратегии психологического и логического бихевиоризма [4]. Для того, чтобы оператор (а в последствии — пользователь) предпринял действие, ему нужно не только предоставить такую возможность, но и побудить к реализации возможности, мотивировать, в т.ч. и на повторение. Любое действие интерпретировалось как напряжение между побуждающим и поощряющим фактором, а задача различных средств интеракции заключалась в том, чтобы это напряжение создать: выстраиваемый порядок наиболее и наименее предпочтительных действий определял комфорт и дискомфорт интеракции. Удобство взаимодействия было не менее важно, чем эффективность, а логико-эстетический вектор, формирующий дизайн интерфейса был ориентирован на преодоление неотзывчивости, сложности, неопределенности, непоследовательности, недоступности ради создания оптимума психологического переживания, встроенности в интерфейс. Последнее означает, что интерфейс с самых ранних этапов своего становления как технологической и символической формы был не пассивной оболочкой для действий и решений, а активной средой, соучаствующей в коммуникативных и поведенческих процессах.

Следует также помнить, что компьютер имеет два истока. Его происхождение следует выводить не только из проектов формализации, логических и символических решений в области расколдовывания синтаксических и семантических форм — от Аристотеля до Декарта, от Гоббса до Буля, от Бэббиджа до Тьюринга и фон Неймана. Его происхождение следует видеть также и в области оптических, эстетико-психологических и художественно-дизайнерских решений — от Голбейна и Кирхера до Ньютона и Гете, от Шопенгауэра до Иттена, от Гибсона до Джоббса. Мотивационные аспекты цвета, полярные цвета, формы взаимодействия контрастов с эмоциями, оптические иллюзии и экология визуального восприятия — все это не менее значимо для понимания компьютерных интерактивных технологий, чем логические преобразования, вычислительные модели и принципы формализации естественных языков. Поскольку же со временем компьютер становится домашним, т.е. выходит на широкий потребительский рынок

именно как машина, способная выполнять задачи, выходящие за юрисдикцию профессионального программирования и математического моделирования — оптические, психологические и эстетические решения для организации опыта интеракции становятся даже более важны, чем логические и математические преобразования и команды [5]. Такое увеличение значения дизайнерских, эстетических и художественных форм позволяет выдвинуть предположение, что: во-первых, оператор, окончательно превращается в пользователя; во-вторых, художественно-выразительные функции пользовательского интерфейса (графемы, идеограммы) начинают преобладать над понятийными; в-третьих, и, пожалуй, это ключевая особенность — ключевыми в оценивании возможности интерфейсов теперь оказываются не показатели эффективности, а скорее различные модусы аффективности — эмоциональной заданности. Интерфейс начинают оценивать не по тому, что он может дать в качестве объективного результата, а потому, что он может дать субъективно. Становится важным не столько то, что можно с помощью интерфейса сделать, сколько то, что можно пережить при взаимодействии с ним как эмоцию, состояние, настроение.

Интерфейс, будучи не только логико-понятийной, но и эстетико-аффективной средой адекватным образом отвечает тенденции по превращению всех форм межлического взаимодействия в сервис. Дело в том, что в рамках позднего капитализма вещи лишаются своего статуса, становятся все более эфемерными, поведенческие практики — все более стандартизированными, формы символического обмена — от моды до искусства — все более реактивными, ориентированными на уже-бывшее-в-признании. Напротив, субъективные формы — такие как эмоции, становятся все более востребованными. На первый план, выходят редкие, уникальные, неповторимые эмоции и чем более они необычны, тем более востребованы и дороги. Капитализм становится эмоциональным, т.е. ориентируется главным образом на производство особого типа потребления — потребления эмоций [6]. Поскольку сервис перестает существовать на уровне зданий, кабинетов и работающих в них людей, а превращается в цифровое приложение, сводится к интерфейсу, т.е. получает новый статус цифрового существования в энергетическом смысле не менее затратный, но для обывательского поверхностного взгляда — дематериализованный, сведенный к эфемерному переживанию, то любой сервис, каким бы критериям строгости, порядка и объективности он не отвечал, должен главным образом давать эмоцию, переживание, настроение.

На этом фоне становится более понятна роль геймификации в современном цифровом мире. Выше уже говорилось о том, что при переводе всех форм коммуникации в сервис, человек чувствует отчуждение от своей деятельности, которое выражается в том, что его собственные усилия кажутся все более незначительными, а возможности интерфейсов все более многообразными и изощренными, при этом конечный результат воспринимается не как закономерный итог человеческих действий, но, скорее, как продукт технических операций, как что-то в производстве чего-то, в чем, как кажется человеку, он принимает наименьшее участие. Поэтому ему становится свойственно чувствовать себя в долгу от результата, пришедшего независимо от усилий, или даже вопреки им, пришедшему как откровение или как чудо. В этом смысле и различные способы работы со знанием, начиная существовать по законам сервиса и сводясь к интерфейсу становятся ориентированы на подражание готовому результату, на заимствование уже сложившихся форм. Что же касается усилия, свойственного любому перениманию знаний и навыков — от античной практики пайдеи до новоеропейских идеалов Просвещения — то при переходе от результата к потреблению эмоций в рамках образовательных сервисов-интерфейсов, это усилие изменяет смысловой и практический вектор. Теперь оно направлено не на радикальное преобразование себя в соответствии с предлагаемыми вызовами, а скорее на ситуативное вживание (через со-чувствие, со-переживание) в ряд предлагаемых сценариев. Именно кратковременной актуализации этих сценариев и отвечает геймификация.

Поскольку взаимодействие, которое дает интерфейс, ориентировано на эмоцию [7] (т.е. скорее на аффект, чем на эффект), а сервис предоставляет готовый продукт скорее как откровение, чем как результат (вызывая чувство неудовлетворения от собственных действий, превращая все сделанное в ничто), то неудовлетворенность от недостаточности усилий можно снизить путем их интенсификации, уже не имеющей ничего общего с результатом, а, скорее, превращающейся в некий процесс примирения с самим собой. Фактически геймификация и представляет такого рода примирение.

В меньшей степени геймификации ориентирована на практику инфотейтмент — получение информации в процессе развлечения — скорее, геймификация ориентирована на возвращение иными средствами того удовольствия от вовлеченности в производство информации, от соучастия в деле образования, которое оказалось делегировано в сервисы. Если бесконтактный мир сервисов ограничил знание результатами, то геймификация возвращает эмоциональную вовлеченность в работу с формами знания, т.е. придает им в сложившихся условиях статус живого знания. Геймификация в мире сервисов и интерфейсов — аварийная попытка преодолеть бихевиориальную матрицу, восстановить живые связи с формами знания.

Геймификация: ее кризис и возможности

Современные способы превращения любой практики в игру отвечают не столько игровому формату как таковому, сколько технике компьютерной интеракции и главное — техническим критериям ее оценки.

Обратимся к классификации игр, одной из многих возможных, которую предложил ещё в 1958 году французский антрополог Роже Кайуа [9, с. 49–72]. Главным образом эта классификация сводится к следующим четырем типам: 1) состязательные игры (Agon); 2) азартные игры (Alea); 3) подражательные игры (Mimicry); 4) игры, нарушающие стабильность восприятия реальности, игры-головокружения (Vertigo). Кроме того, возможна дополнительная классификация по принципу наличия или отсутствия правил. В случае наличия правил — удовольствие достигается от овладения ими или преодоления их. В случае отсутствия правил — удовольствие заключается в импровизации. Все эти модусы или моменты игры определяют ее как деятельность свободную, обособленную, конвенциональную, непроизводительную, с неопределенным исходом и даже в точном смысле — фиктивную, т.е. ориентированную на вторичную реальность, ирреальную деятельность.

Как видно сама формулировка этих определений отличает игру от какой бы то ни было производительной деятельности — если игра что-то и производит, то ее эффект не отличим от процесса. Она производит агон, азарт, подражание, нарушение стабильности в восприятии реальности. Такая классификация, казалось бы, сразу отделяет игру от деятельности утилитарной и прагматической, поэтому и логика игры кажется непередаваемой в неигровой формат. Предполагалось, что при попытке такого перевода неизбежно будут возникать критические ошибки, свидетельствующие об уникальности онтологического региона игры — она тем и ценна, что ничего не создает, кроме удовольствия. Однако, в ситуации постиндустриального общества — когда услуги стали вытеснять товары, производство уступило место формам обслуживания, а сам капитализм оказался ориентирован скорее на эмоциональный отклик, чем на понимание и использование — непроизводительный формат игры оказался высоко востребован. Выяснилось, что деятельность, освобожденная от результата, удивительным образом адекватна результату, освобожденному от деятельности, а именно такой результат, обращающий все усилия человека в ничто и будто бы даруемый ему, был продуктом сначала институциональной бюрократии, а затем и цифровых сервисов. Иными словами «магический круг» (в соответствии с концепцией Й. Хейзинга это особое место, где правила реального мира уступают место правилам игры), очерчивающий сферу игры, оказался переносим на неигровые форматы именно потому, что они будучи реализуемы в различного рода цифровых и сетевых сервисах, сами стали настолько экранированными и автономными, что их интерфейсы уже нельзя было отличить от «магического круга».

В самом деле, современная техника благоприятствует магическому сознанию, именно потому, что фундаментальные законы ее существования и функционирования слишком сложны для неподготовленного человека. На повседневном уровне ему достаточно знать, что его инструменты продолжают соучаствовать в его деятельности, а сервисы позволяют достигать ему своих целей. Подобно тому, как современная техника стремится к миниатюризации или даже к исчезновению, к тому, чтобы стать частью среды или стать продолжением тела (чем-то таким же необходимым и естественным, как одежда), сознание современной техники стремится избавиться от сложности как лишней тревоги, исключить непонимание техники, принять за нечто само собой разумеющееся, и это — прямой путь фетишизации.

Любое действие в цифровой среде оказывается в той же мере «технично» на логическом уровне, в каком оно «магично» на психологическом уровне. Игра оказалась востребована там, где установление хотя бы фиктивных связей необходимо, поскольку фактические связи давно вышли за границы понимания. Поскольку формат игры, по сути, стал доминирующим языком цифровой интерактивности, многочисленные формы работы со знанием и навыками — формы образования, будучи перенесены в цифровые оболочки и превратившись в формат сервисов, не избежали необходимости отвечать игровым стандартам производства эмоций. Тем не менее, сама игра как культурная форма, будучи сращена с интерфейсами технологических сервисов, оказалась сведена к бихевиориальной матрице — т.е. оказалась направлена не на преодоление правил или импровизацию, не на творческую деятельность, не на нарушение стабильности восприятия реальности и сбой различного рода рефлексов-автоматизмов, а на четкое следование правилам через балансирование между мотивацией и поощрением в процессе цифровой интеракции. По сути, все многообразие игры свелось к агону — к состязательности, к предпочтению символически-выраженных результатов — процессу, к перманентному повышению эффективности. Неудивительно, что и геймификация в процессе машинно-опосредованной работы с формами знания скорее следует логике бихевиориальной эксплуатации, чем поэтике свободной и критической активности.

Следует помнить, если интерфейс позволяет сделать нечто, то он вынуждает это сделать, поскольку сама деятельность кажется простой и естественной. И именно в этой квазиестественности сокрыта опасность, ведь чем больше интерфейс позволяет сделать, тем больше он требует сделать. Фактически в интерфейсах переворачиваются привычные отношения между человеком и машиной, уже не человеческие требования предъявляются машине, а машинные требования — человеку, от него требуется все большее: большая адаптивность, большая эффективность, большая скорость, большая податливость. Игровая логика во внеигровых форматах служит, скорее, этой цели обращения отношений между машиной и человеком, подчиняя психофизиологию человека как ресурс машинным требованиям. В процессе геймификации любых практик результат кажется все более достижимым, затраты все более эфемерными, деятельность все более агональной. Что же касается способов работы со знанием, то оцениваются скорее не погружение в контекст, детализация, творческое установление смысловых связей, критическое отношение, интерпретация — оценивается перебор возможных сценариев, т.е. такая работа с алгоритмами, которая превращает человека в тень машины.

Казалось бы, на этом можно остановиться. Признать геймификацию формой эксплуатации, которая адекватно отвечает превращению всех форм человеческой деятельности (в том числе и формы работы со знанием) в сервис. Она способствует подчинению человека машине, превращает все его усилия в ничто, а результаты — в дар, и поощряет движение от дара к дару согласно мотивационным триггерам и бихевиориальной логике: здесь человек питает эмоции, а не эмоции человека.

Однако эмоция — не дефект, а ресурс человеческой природы. Значит и геймификация может ориентироваться не на машинно-обусловленные бихевиориальные практики, но на вовлеченность работы с формами знания. Так в 2003 году профессор Университета Эссекса Ричард Алан Бартл предположил выход из бихевиориальной матрицы путем сегментирования типов игроков — он соотнес предпочтительные в игре формы деятельности с психотипами и мотивационными триггерами [9]. Всего он выделил четыре базовых типа: 1) накопители (achievers) — для них важен статус, регалии, блага; 2) киллеры (killers) — ищущие превосходства, доминирования, власти; 3) исследователи (explorers) — ориентирование на погружение в тайны и загадки; 4) социальщики (socializes) — те, кто выше всего ценит общение с другими, социальное взаимодействие и взаимопонимание. Два первых типа в большей мере отвечают машинно-ориентированной геймификации: здесь эффективность важнее погружения, а результат важнее деятельности. Два оставшихся типа отвечают человеческо-ориентированной геймификации: здесь эмоциональное вовлечение в процесс, поощрение творческих решений, использование нарушений стабильности восприятия ради критического осмысления — играют ту роль работы со знанием и навыками, которую и принято называть образованием. Иными словами, задача состоит не в том, чтобы механизировать поведение человека под видом игры, задача в том, чтобы выдвинуть иные психотипические особенности — сбалансировать ими те, которые переключаются с машинными алгоритмами: уравновесить социальными и исследовательскими аспектами — те аспекты

накопительства и доминирования, которые все еще слишком высоко ценятся как в консьюмеристских, так и образовательных формах геймификации.

Если современность, сосредоточенная на проблеме искусственного интеллекта, признает, что человек перестает быть лидером алгоритмов, то по крайней мере эмоциональный интеллект все еще вотчина человека — именно поощрение этого интеллекта на поисковом и социальном уровне может дать альтернативу агонально-ориентированным формам геймификации. Для этого необходимо вернуться от результата к процессу, от скорости решений к медленному сопереживательному вчувствованию в сложность проблемы [10], от ориентации на стабильные формы знания к творческо-поисковой деятельности, от встраивания в сложившиеся прагматики к импровизации перед лицом неопределенности. Такое использование геймификации не только бы эмансипировало человека от машины, но и эмансипировало бы саму машину, лишив интерфейсы статуса серверов и превратив их в платформы творчества. Геймификация в бесконтактном мире призвана вернуть основания для углубления контакта.

Работа выполнена при финансовой поддержке гранта Президента Российской Федерации. Проект МК-169.2021.2. СПбГУ

Литература

- [1] Chun W. On Software, or the Persistence of Visual Knowledge // Grey Room. 2004. No. 18. P. 26—51.
- [2] Turkle Sh. Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York: Simon & Schuster, 1995. 347 p.
- [3] Galloway A.R. The Interface Effect. UK, Cambridge: Polity Press, 2012. 183 p.
- [4] Bush V. As We May Think. The Atlantic Monthly // «As We May Think». From Memex to Hypertext: Vannevar Bush and the Mind's Machine / J. Nyce, P. Kahn (Eds.). London: Academic Press, 1991. P. 85-112.
- [5] Fogg B.J. Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do. Burlington, Massachusetts: Morgan Kaufmann, 2002. 283 p.
- [6] Konings M. The Emotional Logic of Capitalism: What Progressives Have Missed. Stanford, CA: Stanford University Press, 2015. 184 p.
- [7] Picard R.W. Affective computing. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1997.
- [8] Кайуа Р. Игры и люди // Статьи и эссе по социологии культуры. М.: ОГИ, 2007.
- [9] Bartle R. Designing Virtual Worlds. Indianapolis: New Riders Pub., 2003. 768 p.
- [10] Hallnaes L, Redstroem J. Slow Technology: Designing for Reflection // Personal Ubiquitous Computing. 2001. No. 5(3). P. 201-212.

Gamification Resource in a Contactless World

K. A. Ocheretyany

Saint-Petersburg State University, Russia

Abstract. The article deals with the problem of the formation of a contactless world - the transformation of all types of interpersonal interaction in the direction of interaction with the interface, with various kinds of service applications, and the concomitant change in the forms of work with skills and knowledge. The genealogical origins and conceptual boundaries of the phenomenon of gamification, the principles and scope of its applicability are analyzed. It is diagnosed that gamification, being designed to remove the alienation inherent in the non-contact world - to return emotional ties (including in distance-educational forms) actually turns into a system of ratings and indicators that subordinates a person to agonal logic. Such gamification turns out to be machine-oriented, since according to its requirements brings a person closer to a machine. On the contrary, it would be necessary to bring the machine closer to the person - to create a human-oriented gamification. The principles of such gamification with a human face - by segmenting psychotypes, understanding motivational-behavioral aspects and the critical function of the game - are derived in the article. It is concluded that in a non-contact world, gamification should be subject not only to behavioral logic and psychology, but also to a creative and critical principle - its task is to switch attention from the result to the process, from the speed of response to immersion in the problem, from choosing a solution to a new creative formulation question, from ready-made options to inventions, otherwise gamification will remain a form of digital exploitation of human capital.

Keywords: digitalization; gamification; interactivity; digital education; infotainment

Reference

- [1] Chun, W. (2004). On Software, or the Persistence of Visual Knowledge. Grey Room. No. 18. 26—51.
- [2] Turkle, Sh. (1995). Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. New York. Simon & Schuster. 347 p.
- [3] Galloway, A.R. (2012). The Interface Effect. UK, Cambridge. Polity Press. 183 p.
- [4] Bush, V. (1991). As We May Think. The Atlantic Monthly. In J. Nyce, P. Kahn (Eds.). «As We May Think». From Memex to Hypertext: Vannevar Bush and the Mind's Machine. London. Academic Press. 85-112.
- [5] Fogg, B.J. (2002). Persuasive Technology: Using Computers to Change What We Think and Do. Burlington, Massachusetts. Morgan Kaufmann. 283 p.
- [6] Konings, M. (2015). The Emotional Logic of Capitalism: What Progressives Have Missed. Stanford, CA. Stanford University Press. 184 p.
- [7] Picard, R.W. (1997). Affective computing. Cambridge, Massachusetts. MIT Press.
- [8] Kajua, R. (2007). Iгры i lyudi; Stat'i i esse po sociologii kul'tury. [Games and people; Articles and essays on the sociology of culture]. Moscow. OGI Publ. (in Russian)
- [9] Bartle, R. (2003). Designing Virtual Worlds. Indianapolis. New Riders Pub. 768 p
- [10] Hallnaes, L, Redstroem, J. (2001). Slow Technology: Designing for Reflection. Personal Ubiquitous Computing. No. 5(3). 201-212.