(SEEK)!: لعبة مفتوحة لتنمية مهارات البحث بتمويل جماعي

أندرو والش



الملخص:

يعرض المقال تطوير لعبة البطاقات (SEEK)! لتنمية الوعي المعلوماتي ومهارة بناء استراتيجية البحث في جلسات تعليمية قصيرة. ويشرح اعتمادها على التعلم النشط، إذ تجمع اللعب والأسئلة والنقاط مع مناقشة تأملية تساعد الطلاب على فهم اختيارات البحث ونقلها إلى الممارسة. كما يتتبع تمويل التصميم والطباعة عبر حملة جماعية على (Indiegogo)، مبينًا دور الترويج والإحالات والمساهمات المبكرة في نجاحها. ويتناول إتاحة ملفات اللعبة موردًا تعليميًا مفتوحًا قابلًا للتكييف بترخيص غير تجاري، وانتشار تنزيلها واستخدامها في مؤسسات متعددة. ويوضح أن الملاحظات الإيجابية لم تقترن بعد بدراسة جادة للأثر، ويستعرض ورشًا وألعابًا ومشروعات لاحقة تشجع المكتبيين على تطوير موارد تعليمية تشاركية وتبادلها مع زملائهم في سياقات مختلفة.

الكلمات المفتاحية: الوعي المعلوماتي، التعلم بالألعاب، لعبة (SEEK)!، الموارد التعليمية المفتوحة، التمويل الجماعي

مقدمة:

من أدوار مكتبات التعليم العالي دعم وعي معلوماتي متقدم يمكّن الطلاب من العثور على المعلومات وتقييمها وإعادة استخدامها لتركيب معرفة جديدة، ونقل المهارات إلى بيئات وممارسات متنوعة. وتعالج نماذج مثل أعمدة (SCONUL) السبعة [1] و(ANCIL) [2] المهارات العليا إلى جانب المهارات الآلية الأساسية. لكن قلة وقت التواصل وعدم إدماج التدريب بصورة متسقة في المناهج يدفعان مكتبيي الاتصال الأكاديمي، المسؤولين عنه عادة، إلى تركيز عملي على الأساسيات فقط.

ومن وسائل مواجهة القيد إدخال تعلم أنشط لتعميق التعلم حتى في الجلسات القصيرة [3]. وتعد الألعاب جانبًا من الصف النشط، وتنطلق عمومًا من النهج البنائي نفسه [4]. ويمكن النظر إلى الألعاب المتعمقة بوصفها عملية ممتدة ودقيقة تحاكي جوانب كثيرة من الحياة [5]، مقارنة بالتلقين والمحاضرات وطرائق الوعي المعلوماتي التقليدية.

أُنشئت (SEEK!) لتطبيق التعلم النشط بالألعاب على مهارة بناء استراتيجية البحث: تحويل سؤال أو عنوان تكليف إلى مصطلحات واستعلام يسترجع نتائج نافعة. وفي جلسة لا تتجاوز 15 أو 20 دقيقة، وقد تكون الفرصة الحضورية الوحيدة، تتيح اللعبة السريعة للطلاب بناء تعلمهم وتشجع تأملًا ونقاشًا لا يتيحه الشرح الأساسي.

كيف تُلعب (SEEK!):

تتكون من مرحلتين. تبدأ الأولى بلعبة بطاقات بسيطة تستغرق نحو عشر دقائق في مجموعات من ثلاثة إلى ثمانية. ويتناوب الطلاب طرح الأسئلة من الرزمة، لكسب نقاط للسائل أو المجيب. لبعض الأسئلة إجابات بسيطة، وبعضها مفتوح للتأويل عمدًا لإثارة النقاش. وتضيف بطاقات خاصة عنصر المصادفة، وتشجع النقاش بمكافأة أو معاقبة أنشطة مثل استشارة المكتبي أو التغيب عن جلسة مهارات.

يعادل اللعب المباشر تزويد الطلاب بنصائح البحث أو شرح بناء الاستراتيجية من مقدمة الصف، فيعالج الأساسيات. أما المرحلة الثانية فمناقشة تقود إلى تعلم أعمق. وبأسئلة من المدرس، تُقدم أمثلة لها في الإرشادات المصاحبة، يتأمل الطلاب القضايا والنصائح: أين اتفقوا أو اختلفوا؟ وهل كانت البطاقات الخاصة عادلة؟ وماذا يستفيدون من الأسئلة؟

يرسخ هذا التأمل التعلم أفضل من أسلوب المحاضر الذي يقف على المنصة ليملي طريقة البحث. ويُستكمل، حيث أمكن، بوقت لتنفيذ عمليات بحث فعلية ونقل النظرية إلى الممارسة.

تطوير اللعبة وتمويلها:

كان مهمًا ألا تبدو نسخة مرتجلة، بل لعبة احترافية الشكل والملمس وأكثر جاذبية للطلاب، مما يستلزم تكلفة تطوير وإنتاج. فإلى جانب وقت الموظفين لبناء القواعد والأسئلة واختبار اللعب، يلزم تصميم رسومي مهني وطباعة على ورق بطاقات مناسب؛ وإلا ظلت غير احترافية المظهر، وصعب إنتاجها بالجودة المادية المطلوبة.

واحتاج تجاوز النموذج الأولي ميزانية للتصميم والطباعة. ولم تكن كبيرة، لكن إقناع الإدارة وأصحاب الميزانية بدفع أجر مصمم وطباعة بطاقات فعلية، بدل طباعتها وقصها بأنفسنا، كان سيكون صعبًا؛ فاختير مسار آخر.

دُرس التمويل الجماعي واعتمد لإقناع مكتبيين حول العالم بالمساهمة. وكانت له فائدة إضافية هي تعريفهم باللعبة موردًا تعليميًا مفتوحًا يمكن مشاركته.

ينظم هذا التمويل عبر مواقع مثل (Kickstarter) [6] و(Indiegogo) [7]، بتعهدات صغيرة من المهتمين. وغالبًا توجد مكافآت للتبرع، لكنها ليست شراءً مباشرًا لها؛ فالتركيز على مساعدة مشروع في البداية، وقد تكون أهم المكافآت معنوية، كالإحساس بتمكين ما لم يكن ليتحقق.

اختيرت (Indiegogo) لسماحها بالتبرعات عالميًا؛ وكان (Kickstarter)، الأكبر آنذاك، يقصر الحملات على الولايات المتحدة. وحددت مستويات تعهد تقدم عادة نسخة «اطبع والعب»، أي الملفات، أو حزمًا مطبوعة ومغلفة. وغُطيت بالنسخ المطبوعة تكاليف الطباعة والبريد والتغليف وإسهام صغير في التصميم، بينما أسهمت النسخ القابلة للطباعة بدرجة أكبر قليلًا في التصميم.

رُوج للحملة [8] بكثافة عبر التواصل، خصوصًا (Twitter)، والقوائم البريدية للمكتبات. وخلال ستة أسابيع في أغسطس وسبتمبر 2012 جمعنا 1,485 دولارًا أمريكيًا من 55 شخصًا، فاستطعنا دفع تكاليف التصميم.

كان جهد الترويج ووقته حاسمين، وجلبا 1,400 زيارة إحالة عبر الروابط المنشورة اجتماعيًا أو بريديًا. فهذه الإحالات من المدير والداعمين هي الطريق الرئيس لاكتشاف الحملات الصغيرة، وقليلون يجدون مثل (SEEK!) بالبحث أو التصفح المباشر للمواقع.

ومثّل الحصول على 55 ممولًا من 1,400 زائر معدل تحويل يقل قليلًا عن 4%، وكثير منهم جاء من إحالات الأيام الأخيرة. وهو نمط شائع: أهمية الأثر المبكر، ثم ارتفاع الثقة مع التمويل، وقفزة متأخرة غالبًا. وتبين إحصاءات (Kickstarter) [9] أن بلوغ 20% من الهدف يرتبط باحتمال 81% للتمويل الكامل عند الإغلاق، مما يوضح أهمية المساهمات الأولى.

نفذت التصميم تانيا ويليامسون، المكتبية السابقة والمصممة المستقلة. وكفت حصيلة الحملة لتغطية أجر العمل على الأسئلة النهائية والشعار والبطاقات، مع فائض صغير أسهم في تصميم لعبة ثانية هي (SOURCES) [10] تحتاج عددًا أقل من تصميمات البطاقات.

مشاركة اللعبة:

تلقى داعمو الحملة نسخهم أولًا، لكن النية كانت دائمًا إتاحة الاستخدام والتكييف والتطوير مجانًا. وبإذنهم أُطلقت الملفات بعد التطوير بأشهر، واستضيفت في (Jorum) [11] ومستودع مؤسسة المؤلف [12] بترخيص مشاع إبداعي غير تجاري.

وجعل التمويل اللعبة معروفة عند إطلاقها لدى المكتبيين عالميًا، خصوصًا في بريطانيا والولايات المتحدة وأستراليا، مما ساعد انتشارها موردًا مفتوحًا. وبحلول يناير 2014 نُزلت 1,040 مرة من 43 بلدًا، عدا النسخ المطبوعة والإلكترونية المرسلة للداعمين.

واستُخدمت في مدارس وكليات وجامعات حول العالم وفي مؤسسة المؤلف عبر تخصصات مختلفة، وكانت الملاحظات إيجابية وأعجب الطلاب بالمدخل المختلف. لكن الأثر لم يُدرس دراسة جادة؛ لأنها جزء واحد من جلسة وحيدة عادة، وأداة لتحقيق أحد أهداف التعلم ضمن جلسات قائمة.

تطورات أخرى:

نتجت ورش في أنحاء إنجلترا يصمم فيها المشاركون نماذج ألعاب غير رقمية للمكتبات [13]، ومحاضرات في (LILAC) [14] والمؤتمر الأوروبي للوعي المعلوماتي (ECIL) [15]. وتُصور النماذج وتُشارك مجانًا ليكيفها غيرهم، مما يشجع استخدام الألعاب.

ويأمل المؤلف إنشاء ألعاب أخرى وإقامة ورش تعين الآخرين على الإنشاء، وإنتاج كتاب عملي عن ألعاب المكتبات في السنة المقبلة. وربما كان التمويل الجماعي وسيلة مناسبة لجعله كتابًا مجانيًا مفتوح الوصول.

المراجع:

1. SCONUL 7 Pillars of Information Literacy : http://www.sconul.ac.uk/tags/7-pillars (accessed 4 November 2013).

2. Secker J Coonan E , Rethinking Information Literacy: A practical framework for learning , 2012 , London , Facet .
3. Walsh A Inala P , Active Learning Techniques for Librarians: Practical examples , 2010 , Oxford , Chandos .
4. Wu W H Hsiao H C Wu P L Lin C H Huang S H , Investigating the learning theory foundations of game based learning: a meta analysis . Journal of Computer Assisted Learning , 2012 , 28 (3), 265 - 279 .
5. Hromek R Roffey S , Promoting Social and Emotional Learning With Games: It's Fun and We Learn Things , Simulation & Gaming , 2009 , 40 (5), 626 - 644 .
6. Kickstarter : www.kickstarter.com (accessed 4 November 2013).
7. Indiegogo : http://www.indiegogo.com/ (accessed 4 November 2013).
8. SEEK! Campaign page : http://www.indiegogo.com/projects/seek-a-game-for-information-literacy-instruction/ (accessed 4 November 2013).
9. Kickstarter Statistics Page : http://www.kickstarter.com/help/stats (accessed 4 November 2013).
10. Walsh A , SOURCES - the game : http://eprints.hud.ac.uk/16230/ (accessed 4 November 2013).
11. Jorum page for SEEK! : http://find.jorum.ac.uk/resources/17551 (accessed 4 November 2013).
12. Walsh A , SEEK! : http://eprints.hud.ac.uk/15377/ (accessed 4 November 2013).
13. Walsh A , 22 November 2013 , Feedback!, Games for Libraries : http:// gamesforlibraries.blogspot.co.uk/ (accessed 4 November 2013).
14. Walsh A Edwards A Hill V Games and Gamification for information literacy . In: LILAC 2013 , 25th March to 27th March 2013 , Manchester, UK : http://eprints.hud.ac.uk/16828/ (accessed 4 November 2013).
15. Walsh A , Game Based Learning for Information Literacy Instruction . In: European Conference on Information Literacy (ECIL) , 22 to 25 October 2013 , Istanbul, Turkey . http://eprints.hud.ac.uk/18825/ (accessed 4 November 2013).