

Секция «Организационная психология и психология менеджмента»
**Социально-психологические характеристики игрофицированного процесса
обучения персонала**

Брукштын Ксения Александровна

Студент (магистр)

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва,
Россия

E-mail: brukshtyn_kseniya@mail.ru

Игрофикация - это новая технология, возникшая в начале 21 века. Только появившись, она завоевала большую популярность в бизнес-среде. Это связано с тем, что игрофикация потенциально является ответом на утилитарный вопрос бизнеса - «как сделать, чтобы сотрудники работали с таким же рвением, удовольствием, приверженностью, включенностью, результативностью, с какими они, например, играют в игры» [1].

В результате анализа научных работ по этой теме было выявлено противоречие во взглядах ученых относительно психологической сущности игрофикации. **Цель исследования** - определить социально-психологические характеристики игрофицированного процесса обучения персонала.

Некоторые авторы рассматривают игрофикацию, как абсолютно новый феномен [3, 5, 6, 7, 8]. Другие утверждают, что игрофикация существует уже сотни, если не тысячи лет, но сейчас она стала более актуальной, так как разработаны новые технологии для эффективного внедрения игр [1, 8]. В результате теоретического анализа, мы выдвинули собственное определение данного феномена: Игрофикация - это внедрение элементов компьютерных игр в рабочую деятельность с целью вовлечения пользователей в процесс решения неигровых задач и повышения эффективности решения этих задач.

Эффективность игрофицированных обучающих курсов была нами оценена по критериям, которые предложили М. И. Магура и М. Б. Курбатова [2, Таблица 1].

На основании теоретического анализа раскрыто позитивное и негативное влияние игрофикации на обучение персонала [Таблица 2].

На основании выявленных психологических характеристик были выдвинуты процедурные и организационные рекомендации по эффективному внедрению игрофикации в процесс обучения персонала [1, 4, 5, 6, 7]:

- добровольный характер внедрения игрофикации;
- четкая постановка обучающей цели («Чему игра будет учить?»), а затем игровой («Как она это будет делать?»);
- наличие внутри игры личных целей пользователя, которые совпадают с целями обучения;
- прозрачная и понятная система оценки в игре;
- максимальная приближенность обучающей игры к реальности;
- ориентация не только на правила игрового дизайна, но также на правила педагогики;
- наличие послеигровой дискуссии для снижения опасности ошибочного переноса знания, полученных в игре, на условия реального мира;
- учет уровня технической и профессиональной подготовки персонала;
- грамотное сочетание структурных игровых элементов в обучении;

- согласованность игры с корпоративной культурой компании.

В целом, можно отметить, что основной задачей при внедрении игрофикации в обучающий процесс является поддержание баланса между вовлечением и обучением.

Источники и литература

- 1) Демкина Н. Л. Компьютерные деловые игры как средство повышения продуктивности усвоения учебных знаний: на примере использования компьютерной деловой игры «Никсдорф Дельта»: Дис. ... канд. психол. наук. М., 2007.
- 2) Магура М.И., Курбатова М.Б. Организация обучения персонала компании. М., 2003.
- 3) Abshire T. What's Gamification Got to Do With a Healthy Workforce? // Managing benefits plans. 2013. Vol. 1. P. 12–15.
- 4) Chua Y.K. The Design and Implementation of a Simulation Game for Teaching Knowledge Management // Journal of the American Society for Information Science and Technology. 2005. Vol. 56 (11). P. 1207–1216.
- 5) Dominguez A., Saenz-de-Navarrete J., de-Marcos L., Fernandez-Sanz L., Pages C., Martínez-Herráiz J.-J. Gamifying learning experiences: Practical implications and outcomes // Computers & Education. 2013. Vol. 6 (3). P. 380–392.
- 6) Freitas A.A., Freitas M.M. Classroom live: a software-assisted gamification tool // Computer Science Education. 2013. Vol. 23 (2). P. 186–206.
- 7) Leeson C. Driving KM behaviors and adoption through gamification // KM World. 2013. Vol. 22 (4). P. 10–12.
- 8) Zichermann G., Linder J. The gamification revolution: how leaders leverage game mechanics to crush the competitions. New York : Mc Graw Hill, 2013. 235 p.

Слова благодарности

Выражаю благодарность своему научному руководителю Липатову Сергею Алексеевичу за помощь в проведении научного исследования.

Иллюстрации

Таблица 1 – Оценка эффективности игрофицированных обучающих курсов

№	Критерий	Оценка игрофицированного обучения
1	Обратная связь	Ограниченная: после каждого задания есть запрограммированная обратная связь в виде баллов или текстовой рефлексии, однако система не отвечает на вопросы пользователя.
2	Подкрепление	Высокое: виртуальные баллы/беджи/рейтинги, а также по результатам обучения руководство компании может поощрить лучших сотрудников материальными призами.
3	Практика	Хорошая: игрофикация направлена на проигрывание реальных ситуаций.
4	Мотивация	Высокая: игрофикация способствует высокому уровню вовлечения и мотивации сотрудника.
5	Перенос на практику	Средний: проигрываются ситуации, приближенные к жизни, но происходит уход в игровой контекст, что может помешать перенести полученные знания и навыки в реальную трудовую деятельность.
6	Учет индивидуальных особенностей	Ограниченный: в игре есть уровни сложности, однако, это запрограммированная система, универсальная для всех сотрудников.
7	Стоимость	Низкая: во-первых, однажды запущенной и оплаченной программой пользуются многие сотрудники; во-вторых, из-за высокого вовлечения сотрудники обучаются в основном в нерабочее время, что способствует экономии денежных средств компании.

Рис. 1. Таблица 1

Таблица 2 – Социально-психологическое влияние игрофикации на обучение персонала

Позитивное влияние игрофикации на обучение персонала	Негативное влияние игрофикации на обучение персонала
<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокий уровень вовлеченности и мотивации к обучению. 2. Возможность получить негативный опыт в “безопасной” ситуации без критичных последствий. 3. Мгновенная и объективная обратная связь по результатам обучения. 4. Порционная и своевременная подача информации в удобной и привлекательной форме. 5. Подкрепление результатов обучения в случае успеха. 6. Сокращение учебного времени. 7. Низкая стоимость обучения. 8. Повышение эмоциональной взаимосвязи с другими сотрудниками (в случае соревновательного эффекта либо командных заданий). 9. Независимость от личности тренера. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание искусственного ощущения достижений. 2. Иллюзия выбора и принятия решений. 3. Упрощенная система вознаграждений. 4. Сдвиг фокуса внимания с рабочей деятельности (с результата) на игровую (на процесс, доставляющий удовольствие). Крайняя степень – игровая зависимость. 5. Трудность переноса или ошибочный (буквальный) перенос игрового опыта в реальную жизнь. 6. Минимизация или исключение из процесса обучения живого человеческого общения. 7. Упрощенная обратная связь, отсутствие доигровой и послеигровой дискуссии. 8. Своеобразность и новизна метода, которая может оттолкнуть некоторых сотрудников.

Рис. 2. Таблица 2