Kraków, 30.03.2021 r.

**Co wspólnego mają gry z biznesem i edukacją?**

**Dzięki rozwojowi technologii gamingowych od kilku lat coraz popularniejsze staje się stosowanie mechanizmów znanych z gier w obszarach z nimi niezwiązanych. Grywalizacja może być ciekawym rozwiązaniem na trudności w utrzymywaniu skupienia i zaangażowania pracowników, klientów i – przede wszystkim – uczniów.**

Technologie gamingowe to obecnie jedna z najprężniej rozwijających się dziedzin technologii. Jej dynamiczny postęp przekłada się na chętne wykorzystywanie mechanizmów znanych z gier w innych obszarach, np. w biznesie i edukacji. Badania wykazują, że aż 92 proc. polskich użytkowników internetu gra w różnego typu gry[[1]](#footnote-0). Świadomość, że upodobanie do tego rodzaju rozrywki jest tak powszechne, stwarza wiele możliwości dla osób zajmujących się wdrażaniem strategii opartych na grywalizacji.

Grywalizacja (ang. *gamification*) polega na dodawaniu segmentów mechaniki gry do dziedzin z nią niezwiązanych. Chętnie wykorzystuje się takie elementy, jak: wyznaczone cele do osiągnięcia i zadania do wykonania, przyznawane punkty, rywalizacja indywidualna i zespołowa, odznaki, nagrody, poziomy trudności. Oprócz strukturalnych składników gier, w zgrywalizowanych rozwiązaniach nie może zabraknąć pozytywnych emocji i dreszczyku ekscytacji. Dlatego równie ważne jest stworzenie interesującej fabuły i bohatera, najlepiej takiego, którego można spersonalizować i, w efekcie, utożsamić się z nim i go polubić.

**Psychologiczne aspekty gry**

Chęć zabawy i rywalizacji towarzyszą ludzkości już od czasów starożytnych. Gra to część naszej kultury, która swoje początki ma jeszcze w rytuałach i obrzędach, zazwyczaj związanych z przejściem w kolejny etap życia. Z punktu widzenia antropologii kultury to także sposób na zdobycie wiedzy czy wypróbowanie charakteru. – *Obecnie gry rozwijają już nieco inne umiejętności, takie jak szybkie reagowanie, kreatywność, rozwiązywanie problemów, taktyczne i strategiczne myślenie. Te zespołowe z kolei doskonalą zdolności komunikacyjne i interpersonalne. Choć gry kojarzą się zwykle z dziecinną, beztroską zabawą, można zauważyć, że zabawy te to często obraz społeczeństwa w mikroskali. Dzieci szlifują wspomniane umiejętności, negocjują przyjmowane role, rozdzielają obowiązki i funkcje, przestrzegają zasad lub modyfikują je i ustalają własne* – mówi Anna Trawka, pedagożka i ekspertka Novakid, platformy online do nauki języka angielskiego dla dzieci.

Wybór i preferencje gry mówią nam też wiele o osobowości grającego. Brytyjski profesor Richard Bartle stworzył i opracował typologię graczy[[2]](#footnote-1), w której wyróżnia: odkrywców nastawionych na eksplorację samej gry (*explorers)*, zdobywców skupionych na punktach i wyzwaniach (*achievers)*, konkurujących i dominujących zabójców (*killers)* i cieszących się wspólnie spędzanym czasem ze znajomymi socjalizatorów (*socializers*). Każdy z graczy wybiera zwykle taką grę, która zaspokaja jego potrzeby w największym stopniu.

**Grywalizacja dla biznesu**

Metody zaczerpnięte z tworzenia gier są wdrażane w obszarach związanych z zarządzaniem, sprzedażą i IT. Wykorzystanie grywalizacji w biznesie ma na celu zwiększenie zaangażowania potencjalnych klientów i zmotywowanie pracowników firmy. Powstają m.in. rozbudowane programy lojalnościowe, które w dobie szumu marketingowego mają za zadanie zaangażować klienta i sprawić, by dany brand na stałe stał się jego pierwszym wyborem, mimo szerokiej, podobnej oferty konkurencji. Marki kreują takie doświadczenie, które budzi przyjemność i zapewnia rozrywkę, a także daje możliwość wspólnej zabawy ze znajomymi. Stworzenie zgrywalizowanej platformy wymaga zaprojektowania ścieżki użytkownika w oparciu o konkretnego bohatera, fabułę i atrakcyjne questy (zadania), za których zrealizowanie klient otrzyma odpowiednią gratyfikację w postaci punktów, odznak i nagród, mających ekwiwalent w rzeczywistości.

Zgrywalizowane rozwiązania stosuje się również w branży HR. Już na etapie rekrutacji można przeprowadzić selekcję kandydatów dzięki skomplikowanym zadaniom, opartym o mechanizmy zaczerpnięte z gier. Są to często ekscytujące wyzwania dla kandydatów na specjalistów w firmach IT, które mogą sprawdzić zarówno twarde kompetencje potrzebne na danym stanowisku, jak i umiejętności miękkie, jak praca w grupie. Z kolei bardzo rozbudowane platformy dla zatrudnionych pracowników służą integrowaniu zespołu i wzajemnej motywacji. Wykorzystuje się je m.in. przy szkoleniach czy wdrażaniu zmian w firmie. Są też istotnym elementem długofalowej strategii *employer branding* – komunikują wartości organizacji i wywołują pozytywne emocje.

**Wciągająca nauka**

Jak połączyć przyjemne z pożytecznym i uczyć się bez tego żmudnego wysiłku, który zazwyczaj towarzyszy bezmyślnemu wkuwaniu definicji i słówek? Obecnie na rynku mamy bogatą ofertę aplikacji i platform edukacyjnych, opartych o grywalizację. Można np. uczyć się języków obcych, nauk ścisłych, planować swój rozwój osobisty. Twórcy rozwiązań tak dozują w różnych proporcjach elementy ryzyka, ciekawości i współzawodnictwa, by dany materiał mogła przyswoić jak najszersza grupa potencjalnych użytkowników. Skonstruowane w ten sposób programy nauczania sprawiają, że łatwiej jest utrzymać naszą uwagę i zaangażowanie. Z pasją zdobywamy kolejne odznaki, pokonujemy poziomy, wykonujemy polecenia i – mimochodem – przyswajamy nową wiedzę. Pochłonięci grą-nauką, nie odczuwamy zmęczenia, typowego dla mechanicznego uczenia się.

Grywalizacja w edukacji równie dobrze sprawdza się w nauczaniu najmłodszych. Dzieci, pochłonięte ekscytującą grą, skrojoną pod ich zdolności manualne i zgodne z ich preferencjami w designie, jednocześnie uczą się i zdobywają wiedzę. – *Dzieci to najbardziej wymagająca grupa, jeśli chodzi o utrzymanie koncentracji na ćwiczeniu – psychologowie wskazują na limit 25 min., podczas których najmłodsi potrafią się skupić. Dlatego też warto postawić na efektywne, angażujące metody nauczania, takie jak interaktywne gry, quizy i questy do wykonania, oczywiście z odpowiednią gratyfikacją w postaci odznak czy punktów. Grywalizacja powoduje, że dzieci naturalnie i bez wysiłku przyswajają wiedzę, którą w innych warunkach zdobyłyby z większym nakładem pracy i czasu* – mówi Max Azarov, CEO Novakid, internetowej szkoły języka angielskiego dla dzieci.

Postępująca digitalizacja życia społecznego, w tym edukacji, może być szansą na rozwój kompetencji i nowych umiejętności. Programy, bazujące na grywalizacji, ułatwiają naukę języków obcych, usprawniają pracę zespołową i uczą technik zarządzania. To rozwiązanie dla wszystkich, którzy chcą, by edukacja sprawiała im frajdę.

*Novakid to internetowa platforma edukacyjna ESL (English as a Second Language – angielski jako drugi język), oferująca dzieciom w wieku 4-12 lat indywidualne lekcje z certyfikowanymi native speakerami. Szkoła Novakid jest zarejestrowana w USA i posiada uczniów na całym świecie. Podstawą edukacji na platformie jest komunikacja i metoda pełnego fizycznego reagowania (tzw. total physical response), polegająca na użyciu gestów i mimiki i odpowiadająca tym samym przyswajaniu języka ojczystego. Proces nauczania wzbogacony jest m.in. o wirtualną rzeczywistość i technologie gamingowe. Platforma wykorzystuje też naukę maszynową do tworzenia i personalizacji lekcji dla każdego ucznia.*

**Kontakt dla mediów:**

Karolina Kapusta
Tel.: + 48 796 996 211
E-mail: karolina.kapusta@goodonepr.pl

Martyna Dziopak
Tel.: + 48 739 060 588
E-mail: martyna.dziopak@goodonepr.pl

1. https://interaktywnie.com/biznes/artykuly/wirtualne-swiaty/92-procent-polskich-internautow-gra-panowie-na-pc-panie-na-smartfonach-251541 [↑](#footnote-ref-0)
2. https://www.interaction-design.org/literature/article/bartle-s-player-types-for-gamification [↑](#footnote-ref-1)