

Aleksandra Korońska*

Uniwersytet Jagielloński

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

Maciej Głogowski**

Uniwersytet Jagielloński

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

Jerzy Rosiński***

Uniwersytet Jagielloński

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

Atrybuty gry szkoleniowej jako wysokiej jakości narzędzia w procesie edukowania osób dorosłych – eksploracja obszaru badawczego

Training Games Attributes as Quality Tools in the Process of Adults Education – Exploration of the Research Area

Abstract: The competences of adults improvement is the process of teaching is closely linked to the need of new, more attractive, useful and relevant teaching aid, among which an important position take training games. Increasing the supply of this type of tools supporting the process of education makes that game users pay more attention to quality of their commitment. The main aim of this article is a diagnosis of quality indicators that describe high quality training games in teaching adults. The article is also part of a discussion about the quality tools addressed to adults teaching.

Key-words: training games, gamification, education of adults, development of competences

*a.koronska@gmail.com

**maciej.glogowski@orangehill.pl

***jerzy.rosinski@uj.edu.pl

Wprowadzenie

Wykorzystanie gier szkoleniowych w procesie edukowania osób dorosłych nie jest zjawiskiem nowym, gdyż już w latach 30. XX w. zaczęły powstawać pierwsze narzędzia tego typu takie jak gry kierownicze, symulacyjne, wojenne czy terenowe [Łączyński 2013, s. 19]. Zainteresowanie grami szkoleniowymi jako narzędziem rozwoju kompetencji pracowniczych doprowadziło do wypracowania i zgromadzenia bogatej bazy wiedzy, której głównym nośnikiem są stowarzyszenia twórców i specjalistów zajmujących się tworzeniem tego typu narzędzi (np. ISAGA – International Simulation and Gaming Association czy ABSEL – Association for Business Simulation and Experiential Learning) [Łączyński 2013, s. 14].

Wraz z rozwojem narzędzi doskonalących kompetencje rośnie także popyt na gry szkoleniowe. Nie musi to jednak iść w parze z rosnącą jakością. Autorzy tekstu postanowili sprawdzić, jaki zespół cech, determinujący funkcjonalność i wartość gry w procesie nauczania, stanowi o jej jakości zarówno dla ostatecznych użytkowników gry (graczy), jak i dla grona osób prowadzących gry (nauczycieli, trenerów, menedżerów).

Tło teoretyczne – wykorzystanie gier szkoleniowych w edukacji dorosłych

Gry szkoleniowe stanowią jeden z kilku rodzajów tzw. *serious games*. Termin ten został wprowadzony do obiegu naukowego w 1970 r. przez Clarka Abta [Łączyński 2013, s. 19] i odnosi się do gier, które oprócz lub zamiast funkcji rozrywkowej mają realizować także zadania edukacyjne poprzez przekazywanie wiedzy uczestnikom gry, kształtowanie ich zachowań oraz zmianę postaw. Grę szkoleniową będziemy definiować na potrzeby artykułu jako „interakcję pomiędzy [przynajmniej] dwoma [...] aktorami podejmującymi decyzje (z których przynajmniej jeden jest człowiekiem), która ma jasno określony cel, zawiera zestaw reguł ograniczających działania graczy, a także zaopatrzona jest w dodatkowy cel zewnętrzny wobec rozgrywki, jakim jest zmiana postaw, wiedzy lub zachowań uczestniczących w niej ludzi” [Łączyński 2013, s. 21]. Gry szkoleniowe łączą zwykle w sobie trzy elementy [Rizzi, Woźniakiewicz 2008, s. 58]:

- zbiór reguł,
- role przypisane każdemu z uczestników,
- symulacja rzeczywistych zjawisk, procesów.

Z wykorzystaniem gier symulacyjnych w edukacji wiąże się termin tzw. grywalizacji (*gamification*), czyli koncepcji wykorzystania mechaniki gry do wywołania zaangażowania i działania w sytuacjach niebędących grami [Deterding i in. 2012, s. 2]. Jak przytacza M. Kapp [2012, s. 10], rywalizacja to zastosowanie techniki, mechanizmów i sposobu myślenia zaczerpniętych z gier, by angażować ludzi, motywować do działania, pobudzać do nauki i rozwiązywania problemów.

Gry szkoleniowe, z powodzeniem wykorzystywane od lat w nauczaniu osób dorosłych są narzędziem nowoczesnych metod nauczania, będąc w wielu wypadkach efektywniejszymi od metod tradycyjnych [Kapp 2012, ss. 78–79]. Gry są popularne w każdej grupie demograficznej, płciowej czy wiekowej, ale szczególnie rozpowszechnione wśród pokolenia, które właśnie wkracza na rynek pracy” [Werbach, Hunter 2012, s. 3]. Wyniki zastosowań gier w edukacji są na tyle obiecujące, że coraz więcej nauczycieli nie tylko używa gier jako pomocy dydaktycznych, lecz także tworzy cały proces edukacyjny w formule gry, „grywalizując” czy „gamifikując” cykl zajęć z danego przedmiotu [Sheldon 2012, cyt. za Kamiński 2013, s. 110].

Doskonałym przykładem edukacji dorosłych poprzez gry jest wykorzystanie grywalizacji w szkoleniach biznesowych osób dorosłych. Na każdym szkoleniu nie brak gier pełniących różne funkcje. Są tzw. lodołamacze, które pozwalają na otwarcie się i zintegrowanie grupy, są także gry ruchowe o charakterze czysto rozrywkowym, pozwalające oderwać się od przyswajanej wiedzy, w końcu gry, dzięki którym uczestnik nabywa konkretnych umiejętności. Wyraźnym przykładem wykorzystania grywalizacji w szkoleniach jest konstruowanie quizów w formie gry planszowej [Złotek 2017, s. 63].

Aby świadomie używać gry jako narzędzia uczenia osób dorosłych, wszelkie niezbędne elementy uczenia się potrzebne do zdobycia pożądanej wiedzy i umiejętności muszą być włączone do środowiska uczenia się (tj. do samej gry) oraz w odpowiedni sposób zakomunikowane uczestnikom. Na przykład jeśli efektem szkolenia ma być zastosowanie nabytych kompetencji bezpośrednio w rzeczywistości, środowisko gry powinno wykazywać silne podobieństwo do tej rzeczywistości (np. szkolenia instruktażowe) [por. Peters i in. 1998, ss. 25–26].

Istotną rolę przypisuje się także fazie następującej po zakończeniu gry, gdy analizuje się jej przebieg, zachowanie uczestników, wyciąga wnioski z wydarzeń oraz rozważa inne sposoby rozwiązania danego problemu. Szczególnie ważne, by trener prowadzący warsztat nie narzucał uczestnikom gry własnej interpretacji wyników oraz wydarzeń, do których doszło w czasie gry, ani nie ferował wyroków. Jego zadaniem

jest pobudzenie do refleksji, zachęcenie do podzielenia się własnymi doświadczeniami, odczuciami oraz do dyskusji. Uczestnicy gry powinni wyciągnąć własne wnioski z doświadczenia, w którym wzięli udział [Rizzi, Woźniakiewicz 2008, s. 58.] Dobra gra szkoleniowa, zastosowana w odpowiedni sposób przez trenera, powinna stanowić dla uczestników okazję do zwerbalizowania, czasem wizualizacji własnych kompetencji (wiedzy, zachowań, postaw) nabytych już wcześniej, które w znacznej mierze wpływały na podejmowanie takich, a nie innych decyzji w życiu zawodowym. Gra powinna zatem dawać możliwość nazwania tych elementów kompetencji, ich rzetelnego przeglądu i analizy [Łączyński 2013, ss. 69–70].

Podsumowując przegląd wybranych zagadnień teoretycznych związanych z użytkowaniem gier w edukacji dorosłych, można stwierdzić, że zastosowanie gier obejmuje pełny cykl uczenia się dorosłych opisany przez D.A. Kolba. Istotne jest nie tylko zwrócenie uwagi na pierwszy etap (konkretne przeżycie), dzięki któremu uzyskujemy efekt pobudzenia wynikający z emocjonującej sytuacji gry, ale przede wszystkim kolejne etapy takie jak refleksyjna obserwacja (działań własnych oraz współpracowników), abstrakcyjne uogólnienie (pozwalające nadać ramę teoretyczną efektom uczenia przejawiającym się w rozgrywce) oraz aktywne eksperymentowanie (dzięki któremu uczestnicy będą mogli odnieść rezultaty symulacji do faktycznych sytuacji z ich życia zawodowego i zastosować wnioski płynące z rozgrywki w rzeczywistości).

Metody badawcze i procedura badań

Bazą badawczą do powstania niniejszego artykułu były w kolejności: analiza literatury przedmiotu, analiza oferty gier szkoleniowych wykorzystywanych do edukacji dorosłych (oferty dystrybutorów), wywiady pogłębione z projektantami gier.

Analizując literaturę przedmiotu, oparto się na pozycjach książkowych oraz artykułach naukowych prezentujących tematykę wykorzystania gier symulacyjnych w procesie nauczania osób dorosłych. Dobór literatury miał charakter celowy i zdefiniowany był adekwatnością treści w stosunku do założonego celu artykułu oraz poruszanych zagadnień. Skoncentrowano się na analizie treści dziewięciu książek, w tym: czterech w języku angielskim i pięciu w języku polskim oraz pięciu artykułów, w tym: dwóch w języku angielskim i trzech w języku polskim.

Analiza oferty gier szkoleniowych związana była z badaniem treści dostępnych na stronach internetowych 15 firm z rynku polskiego produkujących i wykorzystują-

cych gry szkoleniowe w procesie nauczania. Skupiono się przy tym na organizacjach szkoleniowych, w których działalności istotne miejsce zajmują adresowane do osób dorosłych kursy, szkolenia i warsztaty prowadzone z wykorzystaniem gier symulacyjnych. Wybrano firmy ze względu na trzy kryteria: zakres oferty produktowej (liczba gier w ofercie), aktywną politykę marketingu internetowego (realizującą się w jakości prezentowanej oferty i pozycjonowaniu strony internetowej), adekwatność treści strony do zakresu eksploracji naukowej w artykule.

Zarówno przegląd literatury, jak i analiza treści stron internetowych miały charakter wstępnej eksploracji obszaru badawczego. Istotny wkład w zebranie materiału badawczego miała seria indywidualnych wywiadów pogłębionych, na którą składały się wywiady z projektantami gier (trzy wywiady) oraz kadłą trenerską wykorzystującą gry w ramach prowadzonych przez siebie kursów (pięć wywiadów). Wywiady miały charakter ustrukturyzowany i oparte były na wcześniej przygotowanych scenariuszach (osobne dla projektantów, osobne dla kadry trenerskiej). W strukturze wywiadów przeważały pytania o charakterze otwartym, których celem było zachęcenie respondenta do wyrażenia własnych opinii na dany temat, podzielenia się doświadczeniami oraz zaproponowania określonych rozwiązań opartych na dobrych praktykach w dziedzinie. Istotne wątki ulegały pogłębieniu. Scenariusz wywiadu z projektantami liczył 14 pytań (koncentrujących się m.in. na zagadnieniach definiowania celów gier, praktyki projektowania, roli fabuły, wyzwań, problemów z tym związanych i sposobów radzenia sobie z nimi, analizy trendów rynkowych i oczekiwań klientów, atrybutach dobrych gier szkoleniowych, badania skuteczności gier w perspektywie nauczania), a scenariusz dla trenerów liczył 15 pytań (koncentrujących się m.in. na zagadnieniach definiowania celów szkoleniowych, wyzwań i roli trenera/moderatora/facilitatora wykorzystującego gry w nauczaniu, praktycznych aspektach prowadzenia zajęć z ich wykorzystaniem, w tym: wzbudzaniu zaangażowania i panowaniu nad emocjami graczy, radzeniu sobie z konfliktami, roli omówienia rozgrywki, atrybutach dobrych gier szkoleniowych, preferowanych fabułek czy efektywności procesu nauczania z wykorzystaniem gier).

Czas trwania wywiadów wynosił od dwóch do czterech godzin. Dane osób będących respondentami są anonimowe ze względu na ochronę danych osobowych, a także w celu zapewnienia jak największej otwartości i szczerości wypowiedzi mających wpływ na uzyskanie wiarygodnych danych.

Rezultaty badań i dyskusja o wynikach

Analiza literatury przedmiotu

W analizowanych publikacjach znajdujemy elementy opisujące zalety wykorzystania gier w procesie szkoleniowym. Wśród najczęściej wymienianych zalet gier szkoleniowych znajdujemy:

- budzenie motywacji dzięki stworzeniu przestrzeni pozbawionej lidera, natychmiastowej informacji zwrotnej oraz rodzącego się w uczestnikach poczucia zadowolenia z zabawy (obudzenie dziecka w sobie) [Rizzi, Woźniakiewicz 2008, s. 60],
- stosunkowo niskie koszty – symulując realia rzeczywistości zawodowej, gra szkoleniowa może być wykorzystana tam, gdzie tradycyjne metody nauczania zawodzą lub są bardzo kosztowne [Kamiński 2013, s. 111],
- możliwość sprawdzenia przyswojonej wiedzy w praktyce – podobnie jak wyżej odnosi się do sytuacji, gdy gra wprost jest „symulatorem rzeczywistości”,
- łatwość przyswajania i naturalność – zwłaszcza dla młodszych pokoleń pracowników, którzy na co dzień obcuja z tego rodzaju mediami [Łączyński 2013, s. 59].

Nie rozstrzygamy przy tym, która gra jest dobra, wskazując jedynie na zalety wykorzystania samego narzędzia.

Analiza ofert dystrybutorów gier

Informacje dotyczące tego, czym jest „dobra gra szkoleniowa”, pojawiają się na poziomie analiz ofert poszczególnych dystrybutorów. W dalszym ciągu pojawiają się także informacje o charakterze uniwersalnym (np. rozwój kompetencji poprzez gry szkoleniowe), jednak wyraźnie widoczne stają się opisy korzyści płynących z użycia „dobrej gry”. Zebrane wyniki badań zawiera tabela 1.

Głównymi wątkami poruszonymi w opisach marketingowych analizowanych firm są:

- pozytywne aspekty emocjonalne związane z użytkowaniem danej gry (atrakcyjność, zaangażowanie uczestników, frajda, fabuła, odskocznia od rzeczywistości),
- możliwość doświadczenia aspektów rzeczywistości zawodowej (trenowania, przełożenie wiedzy na praktykę, podejmowanie decyzji takich jak w realiach zawodowych).

Występują także dodatkowe informacje o charakterze marketingowym, mające stanowić pewnego rodzaju wyróżnik produktów tej firmy (nacisk na integrację, poszerzenie perspektywy, transfer wiedzy pomiędzy uczestnikami). Zwykle jest to pojedyncza cecha mająca odróżniać produkty tej właśnie firmy od konkurencji.

Zaskoczeniem może być fakt, że niektóre firmy pozostają na poziomie ogólnego opisu mającego sugerować atrakcyjność samego narzędzia, jakim są gry szkoleniowe (np.: wywołuje zaangażowanie, rozwija kompetencje, jest nowoczesnym narzędziem), a nie samego rozwiązania. Wydaje się to o tyle niejasne, że szukając dostawcy rozwiązania, zwykle jesteśmy przekonani co do samego kierunku, a strona potencjalnego dostawcy służy raczej do podjęcia decyzji o wyborze konkretnego, szczegółowego rozwiązania. Innymi słowy decyzję o zastosowaniu gry szkoleniowej możemy mieć już za sobą, szukamy raczej najbardziej odpowiadającej nam gry, ponieważ decyzję – gra czy jakieś inne rozwiązanie – już podjęliśmy.

Informacje na temat atrybutów dobrej gry szkoleniowej dopełniają treści uzyskane za pomocą wywiadów z twórcami gier i trenerami pracującymi przy ich użyciu.

Tabela 1. Analiza opisów marketingowych na stronach internetowych wybranych firm produkujących gry szkoleniowe.

Nazwa firmy	„Dobra” gra: (argumenty na korzyść gier, stan na dzień 14 sierpnia 2018 r.)
Pracownia gier (Warszawa) http://pracowniagier.com	<ul style="list-style-type: none"> - dzięki fabule odzwierciedla i trenuje pożądane kompetencje - integruje i upraszcza procesy w atrakcyjnej fabule - uczy na każdym poziomie: wiedzy, postaw, zachowań - gracze praktykują działanie w organizacji - wciąga i angażuje pracowników w naukę i procesy zmian - oszczędza czas realizacji procesów HR - posiada współczynniki frajdy - jest odskocznią od codziennego życia - angażuje przez dłuższy czas - jest przyczynkiem do szybkiej oceny i przekazania informacji zwrotnej - stwarza przestrzeń do bezpiecznego popełniania błędów
Exprofesso (Kraków) http://www.exprofesso.pl/	<ul style="list-style-type: none"> - otwarty algorytm, który pozwala uczestnikom na podejmowanie decyzji i sprawdzanie w praktyce swoich kompetencji biznesowych oraz interpersonalnych - posiada atrakcyjną formę, ciekawą fabułę i dobrze przemyślaną strategię, które decydują o jej wysokiej skuteczności - angażuje uczestników do współpracy i rywalizacji, negocjacji, kształtuje umiejętność pracy w grupie, znajdowania kompromisów oraz obrony własnych racji - rozgrywka umożliwia wdrażanie nowych rozwiązań dotąd niewykorzystywanych w realnym przedsiębiorstwie - uczy kreatywnego myślenia, szukania nowych rozwiązań, podejmowania decyzji oraz radzenia sobie w trudnych sytuacjach
SH training (Warszawa) http://www.shtraining.pl/gry-szkoleniowe	<ul style="list-style-type: none"> - szybko i efektywnie umożliwia rozwój istotnych w obecnych czasach kompetencji - skutecznie wpływa na twórcze myślenie, oddziałuje na intuicję, uczenie się na błędach oraz spostrzeganie długoterminowej perspektywy - daje możliwość warunkowania pozytywnych zachowań, skłaniając do ich powstawania - stwarza możliwość dostrzeżenia istotnego w codziennej pracy zaangażowania, jakie uczestnicy prezentują w zbliżonej formie, wywiązując się ze swoich codziennych obowiązków
Maciołek i Wspólnicy (Kraków) http://szkoleniamaciolek.com/-gry-symulacyjne-szkoleniowe.html	

<p>MindLab Games (Kraków) http://www.gry.mindlab.pl/</p>	<ul style="list-style-type: none"> - jest atrakcyjna i angażująca - stwarza przestrzeń do podejmowania samodzielnych decyzji - kształtuje odpowiednie postawy
<p>Akademia gier (Pruszków) http://www.akademiagier.com/</p>	<ul style="list-style-type: none"> - angażuje emocjonalne uczestników, - stwarza możliwość praktycznego zastosowania omawianej wiedzy; - dostarcza dużej porcji zabawy; - posiada wielowymiarowy aspekt zastosowań (jedna gra może pokazać szereg aspektów, kompetencji, wyzwań do zaadresowania przez trenera lub menedżera); - integruje uczestników
<p>IBD Business School (Warszawa) http://ibd.pl/szkolenia-i-kursy/gry-szkoleniowe/?gclid=CjwKCAIAu4nBRBKEiwANms5W1L25Q61dqJgjn8QJrID7GqInzmKcN9CJJWFYUK2uVL5sbcBFVPPhoCQDIQAvD_BwE</p>	<ul style="list-style-type: none"> - potrafi zaangażować, zainteresować i przekazać wiedzę tak, że uczestnik/gracz nawet się nie zorientuje, kiedy podlega procesowi uczenia się - ułatwia przyswajanie wiedzy i nabywanie nowych umiejętności przez uczestników szkoleń - kreowania doświadczenia i angażowania uczestników - szansa doświadczenia konsekwencji własnych wyborów w sytuacji naturalnego zaangażowania i radości - daje przestrzeń dla feedbacku
<p>Experience corner, Interaktywne narzędzia szkoleniowe (Warszawa) https://www.experiencecorner.com/pl/c/Gry-szkoleniowe/9</p>	<ul style="list-style-type: none"> - jest skuteczna - Reklama skupiona na zaletach konkretnej gry np.: <ul style="list-style-type: none"> - prosta mechanika, presja czasu i atmosfera zespołowej rywalizacji szybko wyzwalają w uczestnikach emocje i gwarantują wysokie zaangażowanie - w przekuwaniu tych doświadczeń na naukę wesprze trenerów rozbudowany podręcznik zawierający dokładny opis prowadzenia gry w trzech wariantach oraz kilka scenariuszy omówień, odwołujących się do różnych teorii i studiów przypadków
<p>Akademia PARP (Warszawa) http://www.akademiaparp.gov.pl/-rozrywka-i-wiedza.html</p>	<ul style="list-style-type: none"> - pomaga w przyspieszonym zdobywaniu nowych lub doskonaleniu dotychczasowych kompetencji, - pozwala na uczenie się przez rozwiązywanie problemów, - złożona interaktywność dłużej utrzymuje uwagę i jest wzbogacona przez innych uczestników, - stwarza środowisko sprawdzania realistycznych scenariuszy bez ryzyka konsekwencji błędnych decyzji

<p>BG brainstorm (Dąbrowa Górnicza) http://www.brainstorm.biz.pl/-gry-szkoleniowe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - służy pracy nad zmianą przekonań i wiedzy uczestników - ma interaktywny charakter i swoją niepowtarzalną fabułę - jest doskonałym narzędziem wzmacniającym pozytywne zachowania pracowników - jest przestrzenią, gdzie uczestnicy wcielają się w przyporządkowane role i podejmują od 300 do 500 decyzji wymagających analizy ich wpływu na cele strategiczne ich działu i firmy - poszerza perspektywę, rozwija nowe umiejętności, które uczestnik może wykorzystywać w pracy
<p>Smart_education multimedia i e-systemy (Warszawa) http://smartereducation.pl/o-nas/</p>	<ul style="list-style-type: none"> - wywołuje zaangażowanie wśród uczestników szkolenia
<p>Catman games http://www.catmangroup.pl/?gry-szkoleniowe</p>	<ul style="list-style-type: none"> - dopracowana do potrzeb i specyfiki firmy, branży, rynku. - posiada niezwykle wysoki stopień biznesowej grywalności (zgodnie z koncepcją Sit&Learn, grę można wykorzystać wielokrotnie, za każdym razem coraz bardziej zwiększając swoje kompetencje) - parametryczna, oparta na wskaźnikach KPI (pozwala precyzyjnie zdiagnozować umiejętności pracowników) - atrakcyjna, wzbudza emocje poprzez fascynującą fabułę oraz doskonały mechanizm - oparta na podejściu modułowym (co oznacza uczenie umiejętności szerszego spojrzenia na biznes)
<p>SENSE rozwój http://senserowoj.pl/-oferta/gry-szkoleniowe/</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ma na celu zapoznanie się z mechanizmami wpływającymi na przebieg danej sytuacji - daje możliwość poszukiwania najlepszego sposobu radzenia sobie z sytuacjami wymagającymi nakładów pracy - wzbudza emocje, które stanowią klucz do zapamiętania i zrozumienia, w jaki sposób można radzić sobie z rozmaitymi wymagającymi sytuacjami biznesowymi
<p>Hula Events (Kraków) http://hulaevents.pl/</p>	<ul style="list-style-type: none"> - jest narzędziem nowoczesnym i angażującym
<p>Inprogress (Kraków) https://inprogress.pl/</p>	<ul style="list-style-type: none"> - rozwija kompetencje

Źródło: opracowanie własne.

Analiza wywiadów pogłębionych z projektantami gier

Po przeprowadzeniu indywidualnych wywiadów pogłębionych z projektantami gier oraz kadrą trenerską wykorzystującą gry w ramach prowadzonych procesów edukacyjnych stwierdzono, iż najczęściej akcentowane są dwie główne grupy atrybutów gier szkoleniowych, które uznać należy za istotne z punktu widzenia jakości gier szkoleniowych. Są to:

1. umożliwienie uczestnikom nabywania kompetencji poprzez działanie,
2. doprowadzenie do wzrostu zaangażowania uczestników w proces edukacyjny.

Zatem kluczowe aspekty wymieniane przez praktyków są takie same jak w wypadku przekazów marketingowych producentów gier.

W pierwszym wymienionym zakresie – nauki poprzez działanie – praktycy wspominali najczęściej, że sama gra wpisuje się w eksperymentalny cykl nauczania osób dorosłych według D.A. Kolba. Sama rozgrywka stanowi dla uczestników konkretne przeżycie. W jej trakcie, a także tuż po jej zakończeniu mamy do czynienia z refleksyjną obserwacją zachowań i podejmowanych przez uczestników decyzji stanowiących podstawę do przeprowadzenia dogłębnej analizy w trakcie omówienia rezultatów gry. Odpowiednio zaaranżowany proces edukacyjny z wykorzystaniem gry pozwala doświadczyć uczestnikom tych bodźców i przeżyć, które są istotne z punktu widzenia kształtowania określonych kompetencji (w szczególności na poziomie postaw).

Innym aspektem odnoszącym się do nauki przez działanie było znaczenie weryfikacji posiadanej wiedzy teoretycznej w „laboratoryjnych”, bezpiecznych warunkach szkolenia z wykorzystaniem gry.

Wskazywana przez naszych respondentów cecha świadcząca o jakości gry szkoleniowej, jaką jest umożliwienie nauki poprzez działanie, znajduje również odzwierciedlenie w analizie literatury przedmiotu, a także analizowanych ofertach marketingowych organizacji dystrybuujących gry szkoleniowe, o czym była mowa we wcześniejszych częściach niniejszego opracowania.

W drugim wymienionym zakresie – wzrostu zaangażowania w proces edukacyjny – praktycy odwoływali się do emocji uczestników, które towarzyszą rozgrywce, mobilizują graczy do aktywnego udziału w procesie kształtowania i doskonalenia kompetencji. Obecne były także aspekty opisowe związane z „wyjściem” z codziennych ról i „wejściem” w nową rolę, której wymagają zasady gry i okoliczności towarzyszące samej rozgrywce. Między emocjami a rolą istnieje zdaniem osób badanych pewien związek: to właśnie rola, w którą zaangażował się uczestnik, często determinuje przestrzeń do ujawniania się emocji.

Zdaniem respondentów, nawet przy pojawieniu się silnych emocji i gdy nie ma jednocześnie zagrożenia bezpieczeństwa uczestników, nie należy zbyt interweniować i wpływać z zewnątrz na przebieg gry, gdyż stanowi to doskonałą podwalinę do profesjonalnego omówienia zachowań uczestników w trakcie gry.

Zdaniem osób badanych należy jedynie zapewnić możliwość płynnego „wyjścia” z przyjętych ról przez poszczególnych graczy po zakończeniu rozgrywki. Oczyszczenia ich emocji, katharsis, które jest swego rodzaju wentylem bezpieczeństwa i łącznikiem pomiędzy zaaranżowanym światem gry a rzeczywistością. Zadając odpowiednio zdefiniowane pytania o emocje uczestników w trakcie gry, o to, jak czuli się w swych rolach, co wpływało na ich decyzje – można wygasić emocje towarzyszące zaangażowaniu w grę i swobodnie przejść do merytorycznego omówienia.

Można zatem przyjąć, iż zdaniem osób badanych emocje graczy jako cecha dobrej gry nie są celem samym w sobie, ale mają zapewnić nabywanie kompetencji. Zatem oba kluczowe aspekty dobrej gry szkoleniowej: rozwojowy (kompetencje poprzez działanie) oraz emocjonalny (zaangażowanie uczestników) są ze sobą powiązane. Można zaryzykować twierdzenie, że dopiero współistnienie obu elementów daje szansę na udaną grę szkoleniową. Pojedynczy aspekt jest konieczny, ale nie jest wystarczający do uzyskania efektywnego narzędzia szkoleniowego.

Osoby, z którymi przeprowadzone zostały wywiady, wymieniały także inne istotne aspekty dobrych gier szkoleniowych, Aspekty te można podzielić na trzy grupy:

1. Odpowiedni dobór fabuły i elementów mechaniki do rodzaju gry – w tym przypadku odnoszono się głównie do „grywalności”, dynamizmu, właściwego „silnika gry” (np. odpowiednio podzielona plansza, żetony, figury, zasady naliczania punktów itp.).

Respondenci w większości opowiadali się za fabułami zbliżonymi do rzeczywistości czy wprost osadzeniem gry w realiach pracy (np. świat firmy, świat branży) niż odrealnionych (np. ze świata fantasy). Respondenci zwracali też uwagę na ryzyka tego rozwiązania wiążące się z odrzuceniem gry (np. stwierdzenia uczestników w rodzaju: „to fabuła bardziej dla kobiet”), które mogą utrudniać zarówno wejście w grę, jak i zaangażowanie się w jej scenariusz, a przez to uniemożliwiać rozwój kompetencji dzięki grze.

Wyjątkiem od reguły „osadzenia w realiach uczestników” są zdaniem respondentów przypadki, gdy gra ma rozwijać umiejętności interpersonalne czy też wdrażać wartości korporacyjne. Wówczas odrealniona fabuła jest według respondentów potrzebna. Uczestnicy w trakcie rozgrywki mają wówczas szan-

sę tak głęboko zaangażować się w świat gry, że w pewnym sensie tracą samokontrolę i zaczynają ujawniać swoje naturalne zachowania. Często strach i naturalny opór przed byciem ocenianym paraliżuje ludzi przed naturalnością, dominują wówczas zachowania „ugrzecznione”.

Na mechanikę gry zapewniającą końcowy sukces wpływ ma, zdaniem respondentów, ograniczenie losowości, konstrukcja scenariusza tak, aby każdy element był zasadny, „był po coś”. Wprawdzie gra kojarzy się z losowością (rzuty kostkami, losowanie kart), w grach rozrywkowych mamy do czynienia nawet z hazardem. Jednak w wypadku gier szkoleniowych jest inaczej. Ważne jest, aby bez pozbawiania gry jej rozrywkowego charakteru uczestnicy widzieli bezpośrednie przełożenie wyników na wnioski, jakie wspólnie z trenerem wyciągają. Jeśli w grze występuje dużo elementów losowych, istnieje zagrożenie, że uczestnicy będą mieli tendencję do unikania odpowiedzialności za swoje decyzje w grze. Mogą się pojawić głosy, że np. przegrana lub jakaś negatywna sytuacja, która wyniknęła w grze, jest spowodowana „pechem”, ponieważ drużyna natrafiła na niekorzystne czynniki zewnętrzne. Jak powiedział jeden z projektantów: „Nawet jeśli zakładamy, że ludzie mają się pokłócić w trakcie rozgrywki, to trzeba umieć tę kłótnię uzasadnić, wyprowadzić z niej wnioski i pokazać, że była potrzebna i stanowiła istotny element ułatwiający zrozumienie omawianego zagadnienia”.

Dla respondentów mechanika gry ma także związek z zachowaniem równowagi pomiędzy skomplikowaniem reguł gry a liczbą wniosków, które można wyciągnąć w omówieniu po grze. Planując mechanikę, potrzeba wyważenia wszystkich elementów, które daną grę będą stanowiły. Wypisując cele, jakie przyświecają tworzeniu danej gry i jednocześnie obudowując je zadaniami, aktywnościami, fabułą, dodatkowymi atrakcjami, należy mieć na uwadze zasadę: im mniej skomplikowana gra, tym lepiej. Według respondentów u uczestników gier można obserwować skłonność do oszukiwania, która jest wprost proporcjonalna do skomplikowania zasad gry. Im gra jest bardziej skomplikowana, tym ludzie wykazują większą tendencję do oszukiwania. Zatem zbyt złożona gra, w której staramy się osiągnąć zbyt wiele celów edukacyjnych, nie tylko przestanie być „grywalna”, ale także może zacząć uczyć nie tych celów, do których została stworzona.

2. Dopasowanie gry do celów edukacyjnych i potrzeb klienta – przeprowadzenie rozgrywki z wykorzystaniem gry symulacyjnej nie jest celem samym

w sobie. Dobrze zaprojektowana i przeprowadzona gra służyć ma osiągnięciu zdefiniowanych celów edukacyjnych. Cele te stanowią wypadkową oczekiwań klienta oraz dogłębnej identyfikacji oraz analizy potrzeb rozwojowych organizacji, dla której przeprowadzane jest szkolenie.

W procesie dopasowania gry do potrzeb klienta mamy do czynienia nie tylko z zebraniem informacji o rzeczywistych potrzebach zleceniodawcy. Ważną rolą projektantów jest także rozgraniczenie oczekiwań klienta na te, które są realne, i te, które z pewnością są niemożliwe do osiągnięcia. Bardzo istotne jest wytłumaczenie klientowi specyfiki narzędzia, jakim jest gra szkoleniowa, oraz jego realnych możliwości. Dzięki jasnej komunikacji na tym etapie projektanci przyczyniają się nie tylko do ochrony klienta przed rozczarowaniem, lecz także do edukowania rynku odbiorców gier oraz szkoleń z wykorzystaniem gier szkoleniowych.

3. Atrakcyjność formy oraz kompletność instrukcji – oznacza to profesjonalne opracowanie jej formy (rozmiarów, liczby i różnorodności elementów, grafiki itp.), a także odpowiednio przygotowane pomoce w postaci instrukcji dla użytkowników i trenerów. Jak wspominali nasi respondenci, ciekawe, często niecodzienne gadżety, atrakcyjnie opracowane graficznie karty do gry czy plansze wydawać się mogą drobiazgiem, jednak mają one bardzo istotny wpływ na zaangażowanie uczestników oraz ich motywację. Uczestnicy zwracają baczną uwagę na te elementy, zwłaszcza w pierwszym, jednym z najtrudniejszych, etapów gry, gdy mamy do czynienia z wyjaśnieniem celu i zasad gry przez trenera.

Dodatkowo dbałość o takie szczegóły pozostawia u uczestników dobre wrażenie o grach w ogóle, kształtując ich postawę i sprawiając, iż w przyszłości chętnie będą uczestniczyć w podobnych procesach edukacyjnych z wykorzystaniem gier szkoleniowych.

Opracowanie gry i przygotowanie instrukcji dla trenerów jest ważne także z perspektywy jakości procesu dydaktycznego. Instrukcja taka powinna być szczegółowa i odpowiednio ustrukturyzowana. Powinna zawierać m.in.:

- opis gry wraz z jej charakterystyką,
- prezentację celów edukacyjnych, do których gra może zostać wykorzystana,
- wyszczególnienie elementów składowych gry w postaci dostępnych figur, kart, planszy itp.,
- określenie ram czasowych rozgrywki,

- opis działań trenera przed rozpoczęciem gry,
- opis sposobu prezentacji zasad i celów gry uczestnikom,
- opis czynności trenerskich podejmowanych w trakcie rozgrywki,
- propozycję omówienia rezultatów po zakończeniu rozgrywki,
- zdefiniowanie praw autorskich i sposobów wykorzystania gry.

Zdaniem respondentów dobrej jakości instrukcja trenerska wcale nie jest standardem. Projektanci mają tendencję do omijania niektórych faktów, które zrodzone w ich głowie wydają im się oczywiste dla wszystkich, co nie zawsze jest zgodne z prawdą. Rodzi to ryzyko niedopowiedzenia, nadinterpretacji lub wręcz błędnej interpretacji zamiarów projektanta, co może skutkować problemami osób prowadzących rozgrywkę, które odbić się mogą na jakości samego procesu dydaktycznego.

Rekomendacje

Zdaniem respondentów ważnym problemem w branży jest brak odpowiedniej edukacji skierowanej zarówno do odbiorców gier (głównie menedżerów pracujących w korporacjach), a także braki wiedzy wśród „młodych” firm rozpoczynających pracę, które oferują gry szkoleniowe bez odpowiedniego przygotowania, co powoduje psucie rynku. Klienci, którzy szukając gier szkoleniowych, trafili do początkujących producentów zrażają się do samego narzędzia i nie chcą powracać do tej formy szkoleń. Artykuł może stanowić wskazówkę dla młodych firm, na co warto zwrócić uwagę, rozpoczynając działalność na polskim rynku gier.

Podjmując się projektowania gier szkoleniowych, warto pamiętać, że standardem jest dobre wykorzystanie potencjału gry jako nauki w działaniu oraz utrzymanie zaangażowania uczestników podczas szkolenia, dzięki odpowiedniemu skomponowaniu atrakcyjnych elementów. Szczególnie istotną rolę odgrywa tu wykreowanie fabuły oraz dobranie narzędzi stanowiących elementy mechaniki. Ponadto dbałość o szczegółowość instrukcji (także dla trenerów) pozytywnie wpływa na jakość rozgrywki, a także zaangażowanie uczestników.

W artykule przytoczono również praktyczne wskazówki dotyczące samego projektowania i wykorzystania gier w procesie szkoleniowym. Ze względu na specyfikę rynku polskiego jako istotne w procesie tworzenia gry można wymienić: odpowiednie edukowanie klienta odnośnie do możliwości, jakie niesie za sobą wykorzystanie gry (oddzielenie oczekiwań realnych od nierealnych podczas zamówienia), indywi-

dualne podejście do tworzonej fabuły i mechaniki, nakierowane na specyfikę grupy szkoleniowej z naciskiem na jej urealnianie i osadzenie w warunkach codziennej pracy, ograniczanie losowości w grze oraz dbałość o szczegółowe instrukcje do gier, od których w dużej mierze zależy jakość omówienia trenerskiego.

Podsumowanie

Mimo że zasadniczym obszarem badań były wywiady z praktykami (twórcami i trenerami), to uniwersalne wnioski z owych rozmów są spójne z treściami zawartymi w literaturze przedmiotu. Na przykład P. Tkaczyk w książce „Grywalizacja”, odwołując się do J. Huizinga pisze o „niezwykłości”, jaką gra powinna według niego zawierać [Tkaczyk 2012, s. 16]. Podkreśla także, że narracja ma na celu „zarażenie” widowni konkretnymi uczuciami, obudzenie w nich empatii [Tkaczyk 2012, s. 9]. Zwraca ponadto uwagę, że aktywność w grze jest związana z przestrzeganiem wyznaczonych przepisów i reguł [Tkaczyk 2012, s. 26]. Według literatury „mechanika to narzędzia wykorzystywane do tworzenia gry, natomiast dynamika to sposób interakcji gracza z elementami gry [...], punkty, odznaczenia, poziomy, tabele wyników, wyzwania i nagrody można mieszać w dowolny sposób, by w ten sposób powstało kolorowe spektrum doświadczeń” [Zichermann, Cunningham 2012, s. 77]. Wydaje się, że respondenci wywiadów podzielają opinie literaturowe mówiące o tym, że gra musi być atrakcyjna, i widzą dużą wagę fabuły i mechaniki gry w realizacji tego celu.

Gry szkoleniowe stają się coraz częściej wykorzystywanymi pomocami dydaktycznymi w procesie nauczania osób dorosłych. Rosnący popyt na innowacyjne narzędzia edukacyjne determinuje działania projektantów gier, firm oferujących szkolenia z ich wykorzystaniem oraz samych trenerów/wykładowców wykorzystujących je w swej pracy zawodowej. Niniejszy artykuł prezentuje rozważania dotyczące atrybutów dobrych gier szkoleniowych, płynące z serii indywidualnych wywiadów pogłębionych z osobami reprezentującymi projektantów gier i trenerów, a także wnioski z analizy literatury krajowej i zagranicznej oraz analizy danych wtórnych w postaci ofert firm dystrybuujących i wykorzystujących gry szkoleniowe w procesie nauczania.

Gry szkoleniowe, wpisując się w cykl nauczania osób dorosłych według D.A. Kolba, stanowią istotne narzędzie wsparcia procesu dydaktycznego. Zastosowanie gry szkoleniowej, ściśle skorelowanej z przyjętym programem warsztatu oraz zdefiniowanymi celami nauczania, pozwala odnieść zaobserwowane zjawiska do rzeczywistości pos-

tulowanej (docelowej, do której trener dąży poprzez zaplanowany proces szkoleniowy). Daje to uczestnikom możliwość weryfikacji własnych zachowań, doświadczeń i postaw, co wpływa na kształtowanie ich kompetencji (w szczególności postaw).

Kluczową kwestią, jaka pojawia się w opisach marketingowych ofert organizacji szkoleniowych oferujących szkolenia z wykorzystaniem gier, jest możliwość bezpiecznego doświadczenia odpowiednio zaaranżowanej rzeczywistości, w której jest miejsce na podejmowanie dobrych i złych decyzji bez konsekwencji w życiu realnym.

W wyniku analizy wniosków płynących z indywidualnych wywiadów pogłębionych z projektantami i trenerami wykorzystującymi gry w pracy zawodowej, za najistotniejsze uznaje się umożliwienie uczestnikom nabywania kompetencji poprzez działanie oraz doprowadzenie do wzrostu zaangażowania uczestników w proces edukacyjny. Za ważne uznać należy również odpowiedni dobór fabuły oraz mechaniki gry, dopasowanie gry do rzeczywistych potrzeb klienta, stworzenie możliwości symulacji rzeczywistości w procesie nauczania, a także atrakcyjność formy i kompletność instrukcji gry.

Bibliografia

Belbin R. M. (1993), *Team Roles at Work*, Oxford, Butterworth-Heinemann.

Deterding S., Dixon D., Khaled R., Nacke L.E. (2011), *Gamification: Toward a Definition w: CHI 2011 gamification workshop proceedings*, Vancouver BC.

Duke R. (1974), *Gaming – the Future's Language*, New York, Sage Publications.

Kamiński T. (2013), *Dlaczego studenci nie grają w gry? Zastosowanie gier w edukacji dorosłych na przykładzie nauczania zarządzania projektami*, „Homo Ludens”, nr 1(5) / 2013, Polskie Towarzystwo Badania Gier.

Kapp K.M. (2012), *The Gamification of Learning and Instruction*, San Francisco, Pfeiffer.

Kazimierska I., Lachowicz I., Piotrowska L. (2014), *Uczenie się dorosłych – cykl Kolba*, Warszawa, Ośrodek Rozwoju Edukacji.

Łączyński M. (2013), *Gry szkoleniowe. Praktyczny przewodnik. Historia i zastosowanie gier i symulacji w edukacji i biznesie*, Warszawa, Wydawnictwo SOWA.

Łączyński M. (2011), *Gry szkoleniowe w nauczaniu dorosłych. Metoda i zastosowanie na przykładzie gry komunikacyjno -decyzyjnej MaxCom*, „Homo Ludens”, nr 1/(3), 2011, Polskie Towarzystwo Badania Gier.

Peters V., Vissers G., Heijne G. (1998), *The validity of games*, „Simulation & Gaming”, vol. 29, nr 1, marzec 1998, SAGE Publications Ltd., London.

Rizzi P., Woźniakiewicz J.M. (2008), *Perspektywy zastosowania gier symulacyjnych w edukacji – teoria i praktyka*, „Homo communicativus”, nr 3 (5), Wydawnictwo Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, Poznań.

Tkaczyk P. (2012), *Grywalizacja. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych*, HELION, Gliwice.

Werbach K., Hunter D. (2012), *For the win. How game thinking can revolutionize your business*, Wharton Digital Press, Philadelphia.

Zichermann G., Cunningham C. (2012), *Grywalizacja. Mechanika gry na stronach www i w aplikacjach mobilnych*, HELION, Gliwice.

Złotek M. (2017), *Grywalizacja – wykorzystanie mechanizmów z gier, jako motywatora do zmiany zachowania ludzi*, Oficyna Wydawnicza AFM, Kraków.