

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ГЕЙМИФИКАЦИИ И ИГРОВОГО МЫШЛЕНИЯ В ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

(данные автора и название учреждения)

Аннотация. В данной статье раскрывается сущность понятия «геймификация». Описывается значение изучения поведенческой экономики, а также рассматривается возможность взаимодействия геймификации и поведенческой экономики с точки зрения психологии. Описаны способы психологического воздействия на человека в трудовом контексте с применением игровых инструментов.

Ключевые слова: геймификация, поведенческая экономика, психология, мотивация, воздействие.

Annotation. In this article, the essence of the concept of "gamification" is revealed. The importance of studying the behavioral economy is described, and the possibility of interaction between gaming and behavioral economics from the point of view of psychology is also considered. The ways of psychological impact on a person in the labor context with the use of game instruments are described.

Key words: gamification, behavioral economics, psychology, motivation, impact.

Поведенческая экономика считается относительно новой наукой, она имеет междисциплинарный характер и находящаяся на стыке двух наук: экономики и психологии. Поведенческая экономика изучает актуальные темы, ее основной целью является выявить эмоции и психологические явления, влияющие на принятие экономических решений. Изучение поведенческой экономики способствует более глубокому и современному пониманию экономических явлений с учетом их психологической составляющей, выработке навыков использования некоторых экономико-психологических закономерностей [1].

Геймификация как наука также появилась совсем недавно, она располагается на пересечении психологии, поведенческой экономики, менеджмента и игрового дизайна. Геймификация — применение элементов игры в неигровом контексте (в рассматриваемом случае в организации трудовой деятельности). В данной статье мы рассмотрим возможности взаимодействия геймификации и поведенческой экономики.

Принятие иррациональных решений экономическими агентами связано с влиянием на их поведение таких фактов как человеческие эмоции, интеллектуальные кризисы, творческое озарение, культурные традиции. Вследствие чего поведение подлежит подробному изучению и становится предметом экономической науки, подлежит моделированию и практическому воплощению в реальные системы выработки, принятия и реализации управленческих решений [2].

Социальные, когнитивные и эмоциональные факторы влияют на принятие экономических решений отдельными лицами и учреждениями, что отражается и на рыночные переменные (цены, прибыль, размещение ресурсов). Достижению желаемых экономических показателей организации способствует подход руководства к управлению персоналом и взаимодействия с ним с психологической точки зрения. В этом как раз и поможет геймификация [1].

Система геймифицирования учитывает желание людей общаться, соревноваться и подразумевает использование соответствующих мотивационных свойств игры, которые будут стимулировать человека совершать определенные действия или корректировать поведение в зависимости от предполагаемой ситуации. Игровой процесс должен имитировать те бизнес-процессы, которые присущи непосредственно данной компании. Создаваемое программное обеспечение предлагает сотрудникам компании решать различные задачи и получать призы за их выполнение, что еще больше вовлекает в процесс. Игровой процесс облегчает участникам раскрывать свои возможности в определенном контексте, а обратная связь

дает мгновенную оценку результатов. В этом и заключается смысл геймификации – внести развлекательные элементы в неразвлекательный трудовой процесс [3].

Существуют различные методы, применяемые в технологии геймификации. Это могут быть ролевые и деловые игры, где сотрудник примеряет на себе определенный образ и, используя свои профессиональные навыки и знания, решает проблемные вопросы в специально смоделированной ситуации. Проведение бизнес-квестов способно помочь сотруднику проявить себя и выявить в себе скрытый потенциал для определенной должности. В квесте каждому сотруднику дается своя роль и цели, которых они должны достигнуть. Выявить и оценить степень стратегического и оперативного мышления у сотрудников могут инновационные игры, направленные на конкретные стратегические разработки. Игры-симуляторы также являются интересным и эффективным способом обучения. Применяя ансамблевые игры, в которых сотрудники учатся формировать одновременно ансамбль единомышленников и решать существующие проблемы компании, способны сплотить коллектив и создать крепкую и дружную команду. При этом в процессах работы с персоналом используются отдельные приемы геймификации, которые изначально сформировались в традиционном пространстве игры – награды, рейтинги, открываемый контент, уровни сложности и сторителлинг. Данные инструменты вызывают азарт и желание стать лучшим [4].

Регулярно в рациональном поведении экономических агентов наблюдаются сбои и систематические ошибки при принятии решений, вследствие чего изучению подвергаются следующие феномены: «коллективная эйфория», «заражение идеями», «стадное поведение», «огруппленное мышление», «коллективный страх». Самая реальная часть жизни любого человека – страх. Он может проявляться в различных сферах деятельности, так существует классификация локальных страхов, рассмотрим некоторые:

1. Страх перед начальством. Это типичная разновидность социальных страхов, к сожалению, в нашем обществе он обретает чудовищные масштабы. Скорее всего, его корни идут еще со времен СССР, но смена поколений и изменения в жизненных уставах в скором времени должны внести коррективы в данные страхи.

2. Страх ответственности. Этот страх возникает перед сотрудником в момент поручения ему ответственного задания, за его подчиненных. Страх связан с боязнью не справиться и не оправдать возложенных на него надежд.

3. Страх неудачи. Боязнь претерпеть неудачу в рабочих процессах, карьере или в личной жизни движет человеком. В данную группу входит и страх начинания. Зачастую из-за боязни получить отказ от другого человека люди боятся попросить о помощи, за счет чего снижается коммуникация между коллективом.

4. Страх успеха. В основе этого страха лежит неуверенность в себе. Успех в данном случае воспринимается как нечто опасное, ведь в случае успеха придется возложить на себя новую ответственность, поэтому человек старается его избегать, тем самым не дает самому себе проявить себя.

5. Страх одиночества. Его испытывают люди, которым трудно быть одним психологически. Он несет в себе комплексный характер: боязнь потери близкого, страх потери работы или страх бедности, потеря социальных контактов.

6. Страх близких социальных контактов. Это противоположная форма социального страха. Ее испытывают люди, излишне развившие в себе чувство самостоятельности, они боятся открытости и сближению с коллегами, соседями и пр. [1].

Всех этих страхов можно избавиться, если начать бороться с ними в виртуальной реальности, играя. Так человек психологически будет чувствовать себя в безопасности, ведь «это же игра, это не на самом деле происходит». Любая неудача в игровом пространстве не вызовет столько огорчения, сколько бы она вызвала в реальной жизни. А успех, достижение

положительных результатов в игре будет способствовать развитию уверенности в себе, желанию проявить себя в своей настоящей деятельности, будь то трудовая или даже личная.

Таким образом, поведенческая экономика и геймификация дополняют друг друга и имеют общую идею: способствовать экономическому развитию компании, стимулировать ее производительность и конкурентоспособность. С быстрым ростом возможностей современных технологий и учитывая прогрессивность современных сотрудников необходимо развивать уже существующие способы психологического воздействия и внедрять новые.

Список использованной литературы

1. Манахова И.В. Поведенческая экономика : учеб. пособие для студентов специальности 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности» / И. В. Манахова. – Саратов : Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2017.
2. Дрогобыцкий И.Н. Поведенческая экономика: экзотика или наука? М, 2016.
3. Ребров А.В., Черкасов А. Ю. Геймификация и автоматизация КРІ: очередная управленческая мода или новые методы стимулирования? //Российский журнал менеджмента – 2017. – Т. 15. - № 3. - с. 303–326.
4. Сафина Р.Р. Возможности использования технологии геймификации в работе с молодыми сотрудниками, 2017.