

چرا بازیها برای کار و کسب سودمند هستند؟!

چگونه نیروی بازیهای جدی، بازی پردازی و بازیهای شبیه سازی را به کار بگیریم

مؤلف:
هلن راتلج

مترجمان:

پرویز درگی

مدرس دانشگاه،

رئیس انجمن علمی بازاریابی ایران

آمنه قهرمانی

دکتر حسین وظیفه دوست

استاد دانشگاه،

رئیس انجمن مدیریت اجرایی ایران

سجاد خزائی

ویراستاران:

احمد آخوندی - محسن جاویدمؤید



سرشناسه	: راتلیج، هلن.
عنوان و نام پدیدآور	: Routledge, Helen
مشخصات نشر	: چرا بازیها برای کار و کسب سودمند هستند؟ چگونه نیروی بازیهای جدی، بازی پردازی و بازیهای شبیه سازی را به کار بگیریم / مؤلف هلن راتلیج؛ مترجمان حسین وظیفه دوست... او دیگران؛ ویراستاران احمد آخوندی، محسن جاویدمؤید.
مشخصات ظاهری	: تهران: انتشارات بازاریابی، ۱۳۹۷.
شابک	: ۲۸۳ ص: مصور، جدول، نمودار.
وضعیت فهرست نویسی	: 978-600-6982-73-1
یادداشت	: why games are good for business: how to leverage the power of serious games, gamification and simulations, c2016.
یادداشت	: مترجمان حسین وظیفه دوست، پرویز درگی، سجاد خزایی، آمنه قهرمانی.
عنوان دیگر	: چگونه نیروی بازیهای جدی، بازی پردازی و بازیهای شبیه سازی را به کار بگیریم
موضوع	: بازیهای مدیریت
موضوع	: Management
موضوع	: بازی وارسازی
موضوع	: Gamification
موضوع	: بازیهای آموزشی
موضوع	: Educational games
موضوع	: نظریه ی بازیها
موضوع	: Game theory
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی
موضوع	: Strategic planning
موضوع	: مدیریت -- شبیه سازی
موضوع	: Management -- Simulation methods
شناسه افزوده	: و وظیفه دوست، حسین، ۱۳۴۵ - مترجم
شناسه افزوده	: آخوندی، احمد، ۱۳۴۱ - ویراستار
شناسه افزوده	: جاویدمؤید، محسن، ۱۳۶۱ - ویراستار
رده بندی کنگره	: ۴۳۹۶ ج ۲ / ۲۶ / ۳۰ HD
رده بندی دیویی	: ۶۵۸ / ۴۰۳۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۰۵۲۳۴۴



تلفن: ۶۶۴۳۱۶۳۷ (۰۲۱) و ۶۶۴۳۴۰۵۵ (۰۲۱) فاکس: ۶۶۴۳۱۴۶۱ (۰۲۱)
WWW.MARKETINGPUBLISHER.IR WWW.MARKETINGBOOKS.IR

چاپ اول ۱۳۹۷ / تیراژ ۱۱۰۰

چاپخانه پایدار / صحافی البرز

تمامی حقوق محفوظ و متعلق به انتشارات بازاریابی است.

مراکز توزیع:

شرکت توسعه مهندسی بازار گستران آتی (TMBA)

تهران؛ صندوق پستی: ۱۳۴۴۵ / ۱۳۴۵ تلفن: ۴ - ۶۶۴۰۲۸۴۰۱ (۰۲۱) فکس: ۶۶۴۰۲۸۴۰۵ (۰۲۱)

پخش انتشارات بازاریابی: خیابان انقلاب، ابتدای خیابان ۱۲ فروردین، پلاک ۲۸۵،

مجموع کتاب فروردین، طبقه همکف، واحد یک. تلفن: ۶۶۴۰۸۲۵۱ (۰۲۱) و ۶۶۴۰۸۲۷۱ (۰۲۱)

قیمت: ۲۸/۰۰۰ تومان

فهرست مطالب

پیشگفتار ۷

فصل اول

بازیهای جدی - چیست، چرا، چگونه، و برای چه کسی؟ ۱۹

فصل دوم

اگر آن را با تمام وجود حس کنم، به یاد خواهم سپرد ۵۱

فصل سوم

با بازیهای جدی چه کارهایی می‌توانید انجام دهید؟ ۷۹

فصل چهارم

نگاهی به پشت صحنه ۱۲۹

فصل پنجم

آموزش ترکیبی واقعی ۱۶۳

فصل ششم

برای شما چطور بود؟ ۱۸۹

فصل هفتم

ایجاد تفاوت در شما ۲۰۳

فصل هشتم

کلاغ فناوری نباشید ۲۲۳

فصل نهم

نحوه‌ی مشارکت - گامهای بعدی برای سازمان شما ۲۳۵

فصل دهم

چه چیزی بعد از بازیهای جدی است؟ ۲۵۳

آشنایی با فعالیتهای شرکت توسعه‌مهندسی بازارگستران‌آتی (TMBA) ۲۶۹

پیشگفتار

بازی پردازی - گیمیفیکیشن - در ایران کاملاً ناشناخته است. به نظرمان، این دومین کتاب در حوزه ی بازی پردازی است.

کتاب نخست با عنوان بازی پردازی در بازاریابی اثر اسکات هریس - کوین اگرمن با ترجمه ی طیبه فروغی فر، و سجاد خزائی از انتشارات بازاریابی چاپ و منتشر شد با تیراژ ۱۰۰۰ نسخه در سال ۱۳۹۵.

دومین کتاب، کتابی است که پیش روی شماست اثر هلن راتلج، بازی پردازی - گیمیفیکیشن - در سال ۲۰۰۲ ابداع شد و تا سال ۲۰۱۰ چندان مورد استفاده قرار نگرفت. اما به یکباره شرکتهای پیشرو، سرمایه گذاری وسیعی در این باره کردند. دلیل آن نیز پرواضح است، نسل هزاره یا نسل دیجیتال بزرگ شده و در ارکان سازمانها، بنگاهها، شرکتهای و مؤسسات، حضوری کاملاً پررنگ دارند. می پرسید چه ارتباطی بین حضور نسل هزاره در سازمانها با رشد بازی پردازی (گیمیفیکیشن) وجود دارد؟

رشد نسل دیجیتال یا نسل هزاره در دنیای "آکنده" از بازی

نسل دیجیتال، نسل هزاره، نسل ایگرگ یا نسل وای (Y) به محض آنکه چشم

گشود، خود را در دنیای فناوری دید. کامپیوتر، لپ تاپ، تبلت، آی پاد، اینترنت و بسیاری از تکنولوژیهای مسحورکننده، وسایل ابتدایی این عصر و این نسل بود.

نسل دیجیتال، یا نسل هزاره بویژه با رشد صنعت سرگرمی و بازی، از اساس با "بازی" بزرگ شده است. هم اکنون هم کودکان خردسال، و هم نوجوانان و جوانانی را شاهدیم که از بامدادان تا شامگاهان در حال بازی‌اند و بجز بازی، هیچ کار و سرگرمی دیگری ندارند.

نسل دیجیتال تمایلی ندارد با قالب و فرم دیگری بجز "بازی" سروکار داشته باشد. نسل دیجیتال اکنون بزرگ شده یا مؤسس و مدیر عامل شرکتها و سازمانها و استارت آپ هاست، و یا در سازمانها و بنگاهها و مراکز مختلف شغلی، خدماتی، صنعتی، آموزشی و در گستره‌ی اجتماع کار می‌کند. بی‌توجه به آنکه "نسل دیجیتال"، مدیر عامل یا مدیر ارشد سازمانها و بنگاهها و مراکز شغلی است یا در زمره‌ی کارکنان این سازمانها و بنگاههاست، همچنان دوست دارد بخش زیادی از ساعات شبانه‌روز خود را با گوشی موبایل یا سایر تکنولوژیهای نوین و مسحورکننده‌ی امروزی، "بازی" کند.

چنین ارزیابی و تصویری از این نسل، بیش از پیش این چشم‌انداز کاملاً عینی، ملموس، و آشکار را نشان می‌دهد که هر نوع اقدامی اگر در این چارچوب - "بازی" - نباشد، قطعاً ره به جایی نمی‌برد. از این رو سازمانها، بنگاهها، و حتی مراکز علمی و دانشگاهی، و مراکز کلینیکی تشخیصی و درمانی ناگزیرند که در این چارچوب عمل کنند. در غیراین صورت، از اساس هزینه‌های فراوانی صرف خواهند کرد که بازده چندانی نخواهد داشت.

تصور کنید که از دانش‌آموزان و دانشجویان بخواهید تا مسأله‌ای را یاد بگیرند. در صورتی موفق خواهید شد که بتوانید مبتنی بر تکنولوژیهای نوین، این مسأله را در قالب و فرمت "بازی" درآورید. تردید نکنید که هم بخوبی توانسته‌اید توجه دانش‌آموزان و دانشجویان را برانگیزید و رگ خواب‌شان را به دست آوردید، و از دیگر سو، یادگیری خلاق رخ خواهد داد.

می‌توانید روشهای دیگر را نیز بیازمایید. هم‌اکنون هنوز هم در ایران، و حتی در کشورهای دیگر، برای آموزش از قالبهای مرسوم کلاس، کارگاه، و کنگره بهره‌مند می‌شوند. شرکت‌های زیادی هستند که کارکنانشان را برای سمینارهای آموزشی اعزام می‌کنند آن‌هم با اختصاص دادن هزینه‌های سنگین! تعجب‌آور آنکه گاه به ارزیابی این دوره‌ها نیز می‌پردازند، درحالی‌که از قبل نتایج مشخص و معین است، چگونه می‌توان هنوز هم در قالبتهای سنتی مربوط به بی‌بی‌بومرها، و حتی نسل ایکس (X) (که به نسل اکسل معروف هستند) بتوانند از نسل هزاره یا نسل دیجیتال، نسل ایگرگ یا نسل "وای" درخواست کنند که "توجهش" جلب شود، چه رسد به آنکه به درک مورد نظر یا مهارت مشخص با این روشهای نخ‌نماشده، دست یابند!

شاید پرسید پس چرا همچنان این روشهای متعلق به بی‌بی‌بومرها، نسل ایکس، یا نسل اکسل اجرا می‌شود؟ که در پاسخ باید گفت، از قبل عادت کرده‌ایم، و همچنان بر مدار عادت، تکرار مکررات می‌کنیم؛ چون این روشها، ساده‌تر و دم‌دستی هستند، و نسل پیشین که طراحی یادگیری را برعهده دارد، نمی‌تواند از عادت پیشین خود کناره‌گیری کند. به اصطلاح ساده‌تر، ترک عادت موجب مرض است.

خوشبختانه مدیران هوشمند که برخی از نسل دیجیتال هستند، و برخی دیگر که متوجه این تغییر وضعیت شده‌اند، بیش و پیش از هر اقدامی بر این باورند که باید به سراغ متخصصان "بازی" (گیمیفیکیشن) بروند و از آنها بخواهند تا صورت مسأله‌ها را در قالب و فرمت "بازی" درآورند.

متخصصان روانشناسی یادگیری در کنار متخصصان "بازی" به دلایل متعدد و متنوع می‌توانند با به کارگیری بازی، به بسیاری از مقاصد برسند که مدیران حوزه‌های مختلف صنعت، خدمات، آموزش، ... انتظار دارند. این دلایل کدامند؟

دلایل سودمندی بازی بردازی (گیمیفیکیشن)

کتاب ارزشمند هلن راتلیج که نزد شماست، ده دلیل را در صفحات ۳۴ تا ۴۰

- آورده است درباره‌ی دلایل سودمندی بازی پردازی. این دلایل عبارتند از:
- (۱) سرگرم کننده و جذاب هستند.
 - (۲) آنها محیطی امن هستند.
 - (۳) آنها طبق قوانین یادگیری کار می کنند.
- ...

هریک از این ده دلیل به تفکیک تشریح شده اند. برای مثال، در مورد دومین آنها می خوانید که "بازیها" محیطی امن هستند.

بازی جدی، حلقه‌ی مفقوده‌ی میان دانش و عمل در هر حرفه‌ای خواهد بود. بازیهای جدی به کاربران امکان می دهند مهارتها یا روشهایی را که در مورد آنها خوانده اند، در خارج از گود با استراتژی خود تمرین کنند و پیامدهای کارهای خود را بدون هیچ تأثیری بر آن کاروکسب ببینند. در واقع، این تمرین در محیط مجازی به سود کاروکسب است؛ چرا که تعداد خطاهایی را که کارکنان در دنیای واقعی مرتکب می شوند، کاهش می دهد.

درباره‌ی سومین دلیل می خوانید که آنها طبق قوانین یادگیری کار می کنند. بازیهای جدی طوری طراحی شده اند که ما را به قلاب گرفته و مغزمان را تحت تأثیر قرار دهند.

در "بازی"، شما خودتان زمام کار را به دست دارید، و با سرعت خود می آموزید. مجبور نیستید با ۲۵ نفر دیگر رقابت کنید. اعمال و کارهای خود را به زمان خودتان می سنجید. می توانید هر چند بار که لازم است، شکست بخورید تا به راه حل برسید.

خوشبختانه با گسترش این درک و نگاه، متخصصان فراوانی از "روانشناسی یادگیری" و "بازی پردازی"، بازیهای فراوانی را در بخشهای مختلفی عرضه کرده اند تا شرکتها و سازمانها از آن بهره مند شوند. گستره‌ی این بازیها عبارتند از:

- آموزش
- تحقیق و پژوهش
- سلامت
- تعلیم

کاربردهای "بازی پردازی"

هلن راتلج، مؤلف کتاب ارزشمند - چرا بازیها برای کاروکسب سودمند هستند - در این کتاب از نمونه های فراوانی مثال می زند که بابه کارگیری بازی، ما را از مخاطرات فراوان نجات می دهد، به علاوه، یادگیری علم و مهارت را بیش از پیش تقویت و تحکیم می بخشد. برای مثال، درباره ی یادگیری دریانوردان بخوانید؛

رال هریس، مدیر یادگیری الکترونیکی و رسانه های دیجیتال، توضیح داد که چگونه به کمک بازی ویدئو تل (Videotel) می توان سلامت و امنیت را به دریانوردان آموزش دهید و خطر فضاهای بسته و محصور را به آنها یادآوری کنید.

در کشتی، فضاهای بسته ی زیادی وجود دارد که به دلیل تغییر شرایط جوی از جمله جمع شدن گازهای سمی یا کاهش اکسیژن می تواند بسیار خطرناک باشد.

بر پایه ی مدارک و مستندات همین کتاب - ۷۰ درصد کارفرمایان امریکا از بازی و دیگر نرم افزارهای تعاملی برای مقاصد یادگیری و توسعه بهره می گیرند و تقریباً از هر ده کارفرما، هشت نفر برنامه ریزی کرده اند که از این رویکردها استفاده کنند. همچنین روزه روز بر شمار این سازمانهای پیشتاز و معروف افزوده می شود که از بازیهای جدی بهره مند می شوند تا به نتایج خیره کننده ای دست یابند.

آنچه برای مدیران در ایران، و حتی کشورهای دیگر درباره ی این بازیها نگران کننده و هراس آور است، چیزی نیست بجز آنکه، هنوز هم بر مدار عادت

پیشین خود رفتار می کنند، و دو دیگر آنکه درباره ی بازیها پیش فرضهای نادرستی دارند از جمله آنکه بازی مربوط به کودکان است، محیطهای کار و شغل باید به موضوعات جدی بپردازند، بازی بجز اتلاف وقت و هزینه، سودی ندارد، و...

این در حالی است که بازی کمک می کند تا فکر کنند، به اشخاص کمک می کند پیشرفت کنند، پیامدهای انتخاب خود را بیاموزند. بازیها یک خلأ را پر می کنند. خلأیی که درست یا غلط در زندگی بسیاری از انسانهای امروزی وجود دارد و برای آن افراد بسیار مهم هستند.

به ساده ترین عبارت، بازی، مجموعه ای از انتخابهای معنادار است. بازیها شما را روی صندلی راننده می نشاند. آنها می پرسند، هی... الان می خواهی چکار کنی؟ آنها شما را به شرکت کننده ای فعال تبدیل می کنند.

انتخاب، سنگ بنای بازیها است. بازیها جواب نمی دهند مگر آنکه شما حس کنید کنترل همه چیز در دستان شما است. آیا مسیر جنگل را دنبال کنیم، در ساحل دنبال منافع باشیم، یا لحظه ای درنگ کنیم و گلها را ببوئیم. هرگونه اشتباهی را می پذیریم، بی آنکه آسیب جانی ببینیم یا هزینه های زیادی را به سازمان وارد کنیم.

جالب است اگر بدانید با همین روش و از طریق بازیهای جدی، توانسته اند جوشکاری را به دانش آموزان هنرستانی یاد بدهند. هم دانش آموزان آسیب جدی از تراشه های گداخته ی فلز ندیدند، هم میزان مواد و مصالح به کار رفته، فوق العاده اندک بود، و هم در پایان کار دیدند که این دانش آموزان به مراتب بیش از دانش آموزانی که مستقیماً جوشکاری کرده بودند، بهتر عمل می کردند؛ آن هم در شرایطی که "فولاد" گران است، هزینه های درمانی هم برای دانش آموزان که جای خود دارد!

می پرسید ویژگی بازیهای جدی چیست که تا این حد هم دریانوردان، و هم دانش آموزان برای یادگیری جوشکاری از آن بهره مند می شوند و تا این اندازه به موفقیت می رسند بی آنکه آسیب ببینند؟ پاسخ در ویژگیهای بازیهای جدی

نهفته است:

- (۱) کاربر محور هستند.
- (۲) کاربران را ترغیب می کنند که خود به درک و شناختی از چالش و جهان برسند.
- (۳) طی پیشرفتی تدریجی، گام بردارند.
- (۴) تمرین و تقویت رفتارهای موردنیاز برای موفقیت و پیروزی را در بر دارند.
- (۵) بر پایه ی حالت پیروزی ساخته می شوند که بر اساس شاخص کلیدی عملکرد سازمانی است.
- (۶) افراد به نتیجه می رسند آن هم در ساختاری امن و قابل اجرا و تکرار به دلخواه.

جالب است بدانیم مک دونالد برای آنکه بتواند سرعت صندوق دریافت پول را برای کارکنانش آموزش دهد، از بازیهای جدی استفاده کرد بی آنکه مشتریان آزرده خاطر شوند یا به دلیل شتابزدگی و اشتباهات، خسارت نقدی به صندوق بزنند!

سالهاست صنایع گوناگون نظامی، پزشکی، بانکها و مؤسسات مالی از بازی پردازی به بهترین شکل استفاده می کنند و نتایج درخشان آن را نیز بهره مندند.

کوتاه سخن آنکه بازار اغلب سریعتر از مهارتهای مدیریت تغییر می کند. برای مقابله با چالشهای امروزی که شکل متفاوتی از تخصص موردنیاز است، ضروری است که همگام با نسل دیجیتال، و نسل هزاره، عمل کنیم و آن ضرورت توجه جدی به بازی پردازی است.

به گفته ی مؤلف کتاب، بازیها شما را برای ریسک پذیری و آزمون چیزهای جدید تشویق می کنند. هرگونه ترس از شکست را فرو می نشاند و می گویند مشکلی نیست، می توانید بازی را دوباره انجام دهید. می آموزیم که از شکست

نهراسیم و بر آنها غلبه کنیم. پیام ناخودآگاه این است که مشکلات برابر با فرصتهایی برای پیشرفت است.

بازیهای جدی در برابر زندگی واقعی

هلن راتلج، مؤلف هوشمند و خلاق این کتاب - چرا بازیها برای کاروکسب سودمند هستند؟! - با جسارت تام و تمام یک پرسش را برای قرن بیست و یکم عنوان می کند. این پرسش چیست؟ خودش (راتلج) پرسش را مطرح می کند: آیا مهارتهای لازم را برای قرن بیست و یکم به یاد دارید؟ پاسخ راتلج این است: چهار مهارت را در قرن بیست و یکم نیاز داریم. این چهار مهارت عبارتند از:

■ تفکر نقادانه

■ همکاری

■ ارتباطات

■ خلاقیت

راتلج ادامه می دهد که میل به این مهارتها مداوم و بدون توقف است. محققان میلیونها دلار هزینه می کنند تا راههای ترکیب این مهارتها را با برنامه ی آموزشی پیدا کنند. کاری که ما هرروز با بازی انجام دهیم.

مشکل این است که اکثر افراد نمی دانند که هنگام بازی در حال به کارگیری و تقویت این مهارتها هستند، افشردی دیدگاه مؤلف این کتاب را بخوانیم که بیش از پیش یادآوری می کند به سراغ بازی پردازی برویم؛ چرا که در جهانی به سر می بریم که وضعیت مالی بغرنج است و ما مسئول تصمیماتی هستیم که می گیریم. از این رو باید مراقب هر دلار و پوند و یورو باشیم.

آیا دوست دارید سازمانهایتان را با هزینه های کم، آسیب کمتر، به سازمانهای خلاق و بهره ور با درآمدهای سرشار تبدیل سازید؟ در صورت پاسخ مثبت، ناگزیرید کتاب هلن راتلج - "چرا بازیها برای کاروکسب سودمند هستند" را از آغاز تا پایان بخوانید.