

# Корпоративные игры – это не игрушки

*Восстанавливая после прошлогоднего спада систему подготовки персонала, решили пробовать ролевые игры. Но мнения у нас в службе персонала и среди руководителей подразделений разделились – одни говорят, что это отличная идея, а других такое предложение только сердит – «мы тут не в игрушки играем». Не хочется затратить последние бюджетные средства, отведенные на учебу, и получить выговор от директора, если это не даст никакого результата. Но ведь в других компаниях такие мероприятия проводятся...*

**Леонид Д.**  
директор по персоналу

**Конечно, не стоит тратить последние учебные средства на игры.** Это, так сказать, популярный жанр преимущественно в крупных процветающих компаниях. При ограничении средств чаще всего используют классические тренинги, в проведении которых мало риска. Учебные программы, организованные полностью как игры, – это уже дополнительное средство развития персонала, когда остальные использованы.

Надо сразу уточнить, что вы понимаете под термином «ролевые игры». Когда речь касается тренингов, чаще употребляется термин «деловые игры».

**Деловые игры – это инструмент, используемый для того, чтобы оживить лекцию демонстрацией новых приемов, вовлечь участников в процесс освоения дополнительных навыков и максимально приблизить обучение к реальным условиям. Тем самым закрепить материал.**

Для этого в ходе занятия участники выбирают себе типовые роли деловой транзакции в зависимости от тематики: менеджер по продажам – клиент, сотрудник отдела жалоб – жалобщик, управляющий – подчиненный. И отрабатывают навыки в сценках. Такой прием встречается и в обычных тренингах, где значительное время отводится для лекции.

**Есть обучающие программы, которые полностью проводятся как полномасштабные игры без теоретических занятий.** Они наиболее популярны в организациях, где много молодежи. Если компания занимается чем-то узкоспецифическим, например, продажей химикатов, или архивированием, то такие неформальные вылазки нужны для того, чтобы встряхнуть людей, погруженных в рутину.

И хотя подобные программы менее информативны для непосредственной работы, но от них есть и другая польза:

- они эмоционально привязывают людей к своей организации;
- позволяют встряхнуться;
- заставляют по-новому посмотреть на производственные проблемы;
- сплочивают команды;
- оставляют привкус новизны в корпоративной жизни.

## Чем бы дитя не тешилось

Как правило, в игре есть некий начальный сценарий. От него уже зависят роли и то, в каком направлении будет развиваться действие. При этом существует некоторая свобода выбора для их поведения.

*Например, в одной компании, где проводили подобное мероприятие, четыре группы (каждую из них составляли работники разных отделов) назывались гоблинами, орками, эльфами и морадорами. Они вместе должны были найти клад, зарытый в лесу. При этом каждая группа владела обрывком «старинной рукописи», в которой был один указатель. Нужно было провести переговоры для объединения с другой группой. Задача каждой из них состояла в том, чтобы выбрать вожака, понять по обрывочным намекам местоположение клада и быстрее его отыскать. Игра проходила в лесу. Клад действительно был замаскирован в кустах. Это – большая коробка, в которой находилось спиртное и еда для пикника. Целью игры стало установление взаимопонимания между отделами и улаживание конфликтов.*

С одной стороны, подобная простая игра – это активный отдых, с другой – его результаты полезны для дела. Ведь можно отметить наиболее сообразительных сотрудников. Среди рядовых проявляются будущие руководители с лидерским потенциалом. Молодежь, в свою очередь, демонстрирует активность, и заинтересованность в делах фирмы растет.

Наконец, представители разных корпоративных подразделений завязывают неформальные отношения друг с другом, и у работников укрепляются эмоциональные связи с руководством.

Выезд на природу с пикником и модной вариацией «казаков-разбойников» – пример игры самой простой и доступной для любой организации. Для ее проведения не требуется больших средств и привлечения дорогих тренеров. Но бывают деловые игры, которые фактически являются репетицией перед сложными переговорами и тогда половина сотрудников изображает несговорчивых партнеров.

**Есть еще более многоэтапные – в них запутанный сценарий и серьезные испытания.**

*Например, в компании, которая продает электронное оборудование, была организована игра «Время Ч», в ходе которой поставили задачу продать партию техники вопреки разным катаклизмам (захват склада террористами и землетрясение у поставщиков, кризис, появление новых конкурентов с более продвинутым товаром и низкими ценами). Сотрудники начали наперебой высказывать разные идеи. Игра помогла раскрепостить людей, которые до этого стеснялись участвовать активно в обсуждении корпоративных дел.*

В зависимости от поставленной задачи деловые игры могут быть проведены в форме активных спортивных соревнований или «штабных споров». В последнем случае обсуждение принимает форму мозгового штурма. В следующий раз вымышленный сюжет можно заменить вполне реальной производственной проблемой.

Некоторые этапы и ассесмент-центра, и программы для тестирования персонала проходят как игры.

Среди многих психологов популярна идея о том, что игра позволяет прививать новые качества, показать человеку его недостатки и изменить точку зрения на что-то важное – причем непрямым способом. Такие идеи стали распространяться после выхода художественного фильма «Игра», в основу сюжета которого легла история бизнесмена, переживающего трудные времена. Его дела идут успешно, но он сам чувствует, что оказался в тупике и закип. В этот момент младший брат дарит ему игру – психологический тренинг. В результате серии невероятных событий (перестрелок, бегства и погонь, шоковых столкновений) он начинает активно бороться за выживание. В итоге меняются его мировоззрение и настроение. В этом фильме показано, что организовать подобный тренинг – реально. Но, подчеркну особо, для этого необходимо тщательное тестирование, «ручная настройка событий» под индивидуальные особенности игрока, создание специального сценария и подгонка его в ходе действия, а также безукоризненная организация самого процесса. Все это превращает подобное мероприятие в слишком дорогое удовольствие.

## **Пьянка под прикрытием учебы**

**На протяжении многих лет часто под прикрытием обучения группы сотрудников (чаще всего топ-менеджеры) выезжали в загородные пансионаты или на заграничные курорты. С собой они даже могли брать тренера, но о нем вспоминали только на обратном пути. Поэтому отношение к «выездным обучающим программам с элементами развлечения» сложилось негативное. Некоторые руководители не желают участвовать в несерьезных мероприятиях, где могут «потерять лицо». Один директор сказал, что напрочь отказывается от таких форм обучения, потому что они напоминают ему кадры из кинокомедии «Операция «Ы», где прораб плясал перед присланным к нему на стройку тунеядцем.**

Дурную славу деловые игры приобрели также из-за слабого сопровождения. Несмотря на многочисленные предложения тренинговых фирм, на российском рынке бизнес-образования практически нет квалифицированных специалистов, способных организовать полноценные деловые игры. Свои услуги по организации предлагают в подавляющем большинстве фирмы, чей персонал состоит в основном из артистов, выпускников художественных вузов и бывших спортсменов. Поэтому даже если вы выделите целое состояние и закажете в сторонней фирме большую игру, скорее всего, она будет проведена или как спортивный праздник с элементами маскарада и пикника, или как разновидность тестирования с конкурсами. Если выбирать из двух зол, то, вероятно, для обучения второе предпочтительней – выбираете психологов.

До кризиса это помогало сохранять персонал, особенно в той сфере, где много молодежи и где велика текучесть. Сотрудникам пытались доказать, что организация предоставляет им все – от возможности профессионального развития до необычного отдыха под лозунгом – «не нужно никуда далеко ходить, все лучшее здесь». В посткризисный период, когда люди стали экономить на удовольствиях, корпоративные игры оказались заменой семейным развлечениям и одновременно возможностью повысить квалификацию в антидепрессивной обстановке.

## **Не боги горшки обжигают**

**Если вы решили провести небольшие деловые игры, поищите сборники, где описаны сценарии. Например, одна из тренинговых компаний предлагает три подобных варианта.**

Так, игра «Император», которая обучает следовать своей роли: особенность игры в том, что должность обязывает. Стал монархом – управляй людьми и принимай решения, думай. Оказался в роли дровосека – слушайся приказов. Занял позицию обывателя – живи в праздности. Но все можно изменить! Развивай сюжет по своему желанию. Игра тренирует умение принимать решения в условиях нехватки знаний и времени, слаженно взаимодействовать в непредсказуемой обстановке. По мнению ее создателей, «игра моделирует ситуацию жесткой рыночной конкуренции, при которой конкурирующие команды стараются поглотить друг друга, используя силовые, экономические и интеллектуальные методы воздействия на соперника».

Другая игра «Римская империя» – это квест (поиск), где простой сюжет пышно оформлен античной стилистикой: вербовка в древнеримскую армию императора, торговля, рабство, отпущение грехов, встречи с вероломными разбойниками, беседы с сенатором и патрициями. Авторы считают, «индивидуальные квесты взаимосвязаны друг с другом, выполнить их возможно, лишь общаясь, отслеживая происходящее и активно действуя в сложившейся обстановке». Для погружения в эпоху вводятся имена, костюмы, термины, монеты, и т. п.

Третья игра – «Мировое дерево» разработана для укрепления корпоративного духа и объединения разрозненных отделов и департаментов, либо дистрибьюторских структур в единый, целостный организм. Участники должны найти пять ключей, с помощью которых смогут подчинить себе силу пяти первоэлементов: воды, огня, дерева, земли и воздуха. На пути им предстоит встретиться с различными героями славянского эпоса. В итоге, по мнению разработчиков, тренинг моделирует ситуацию, когда разрозненные и конкурирующие между собой группы по ходу развития сюжета вынуждены прийти к необходимости в кооперации для решения игровых задач.

Тренинговые агентства, которые предлагают подобные деловые игры, отчасти берут деньги за отработанный сценарий, отчасти за «бутафорию» и за контроль над тем, чтобы во время проведения мероприятия участники не отклонялись от плана. Оцените сами, сможете ли вы взять на себя эту работу и насколько необходимы обещанные результаты. Но, повторим, решить все HR-задачи с помощью деловых игр, конечно, невозможно.

**Е. Крюкова,**  
*психолог*