Pelillistämisen monet mahdollisuudet

8.5.2020

Pelillistäminen voidaan määritellä usealla eri tavalla. Sitä on usein kuvattu tekniikaksi, jossa pelien ulkopuolisessa kontekstissa pyritään hyödyntämään peleistä tuttuja elementtejä, kuten pistelaskua (Mekler, Brühlmann, Tuch & Opwis 2017) sellaisissa tilanteissa, jotka eivät liity perinteiseen pellamiseen vaan joiden tavoitteena on esimerkiksi opettaa asioita. Pelillisyyttä käytetään siis pelien ulkopuolella. Pelit sitouttavat ja motivoivat esimerkiksi oppimaan uusia asioita. Juuri tämä näkökulma on keskeinen Hamarin ja Huotarin (2012) tekemässä määrittelyssä, joka korostaa pelillistämisen psykologisia vaikutuksia. Pelillistämisen tavoitteena onkin usein motivoida ja kannustaa ihmistä johonkin tiettyyn toimintaan (Huotari & Hamari 2012).

Osaamisen, onnistumisen ja hallinnan kokemukset, sekä jännitys ja sosiaalinen kanssakäyminen ovat Hamarin (2013) mukaan keskeisiä pelaamaan innostavia tekijöitä. Siksi ne soveltuvat hyvin esimerkiksi medialukutaidon, kielten, matematiikan ja tiedonhaun opetuksen tukemiseen. Oppiminen voi olla hauskaa ja pelaamalla se on usein motivoivampaa.

Pelillistäminen mielletään usein puhtaasti tietotekniikkaa käyttäväksi menetelmäksi, mutta siitä ei ole kyse. Pelillistämistä voi toteuttaa ilman tietoteknisiä sovelluksia tai hyödyntää niitä osittain. Toki puhtaasti tietoteknisiin ratkaisuihin ja verkkoon sekä erilaisiin applikaatioihin perustuvat ratkaisut ovat kasvattaneet suosioitaan. (Haasio & Madge 2020.)

Esimerkiksi perinteinen tietokilpailu jostain tietystä teemasta, joka liittyy opetettavaan aineeseen, on pelillistämistä. Niin on tehty iät ajat, vaikka asiaa ei ole mielletty pellillistämiseksi. Moderni esimerkki ilman tietotekniikkaa toteutetusta pelillistämisestä ovat teemalliset pakohuoneet, jotka on valjastettu oppimiskäyttöön. Osallistujat saavat vihjeitä ja etsivät niiden perusteella vastauksia päästäkseen ulos huoneesta.

Onko oppimisen oltava hauskaa? Miksi se ei voisi olla? Pelillistämisen avulla voidaan innostaa oppimaan ja asia sisäistetään paremmin, kun se tarjoillaan mielekkäässä muodossa. Sen avulla on tutkimusten mukaan saavutettu parempia oppimistuloksia. Kun motivaatio kasvaa, tulee oppimisestakin mielekkäämpää.

Pelillistämistä on käytetty myös runsaasti markkinoinnin apukeinona. Tekemällä testejä tai pelaamalla peliä, jossa voi voittaa tuotepalkintoja asiakkaat sitoutuvat helpommin yritykseen ja sen tuotteisiin ja palveluihin. Esimerkiksi sosiaalisessa mediassa ihmiset pelaavat mielellään erilaisia pikku pelejä ja tekevät mitä kummallisempia testejä. Kun yritys antaa esimerkiksi seuraajilleen mahdollisuuden pelata ja voittaa palkintoja, palataan yrityksen sivuille ja seurataan sen somevirtaa entistä aktiivisemmin.

Yritysmaailma on jo pitkään hyödyntänyt pelillistämistä. Sitä on käytetty esimerkiksi henkilöstön motivoinnissa ja koulutuksessa. Pelillistämisen tenho on siinä, että mielenkiintoinen hyvin suunniteltu peli imaisee mukaan oppimaan, olipa kyse sitten nuoresta koululaisesta tai keski-ikäisestä yritysjohtajasta.

Ari Haasio
yliopettaja

Lähteet

Haasio, A. & Madge, O. 2020. Gamification and games in the libraries. E-learning and Software for Education, Bucharest 30.4.-1.5.2020. Conference proceedings. https://www.elseconference.eu/

Hamari, J. 2013. Pelillistäminen. Teoksessa pelikasvattajan käsikirja. Toim J. Tuomas Harviainen, Mikko Meriläinen & Tommi Tossavainen. Www.pelikasvatus.fi. Verkossa https://www.pelikasvatus.fi/pelikasvattajan-kasikirja-2013/.

Huotari, K., & Hamari, J. (2012, October). Defining gamification: a service marketing perspective. In *Proceeding of the 16th international academic MindTrek conference* (pp. 17-22).

Mekler, E. D., Brühlmann, F., Tuch, A. N., & Opwis, K. (2017). Towards understanding the effects of individual gamification elements on intrinsic motivation and performance. *Computers in Human Behavior*, *71*, 525-534.