

Автор:

Аляб'єва Яна Дмитрівна
студентка 42ППЗ групи

Науковий керівник:

кандидат фізико-математичних наук,
доктор педагогічних наук, професор
Малежик Петро Михайлович

ГЕЙМІФІКАЦІЯ В ДОДАТКАХ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ЗВИЧОК ТА ПЛАНУВАННЯ

Анотація: Задля того щоб цифровий додаток для формування звичок та планування став успішний на ринку та дійсно мотивував користувача формувати нові звички почали використовувати гейміфікацію, тобто застосування ігрових стимулів для підняття мотивації. Впровадження ігрових механік, таких як завдання та нагороди за них, мотивує користувачів продовжувати формувати звичку, а також візуалізує повсякденні дії в більш цікаві та захоплюючі. Ретельно впорядковуючи та розробляючи подібні компоненти в додатки для формування звичок та планування, розробники створюють цікавий продукт що надає користувачам можливість в ігровій формі досягти поставлених цілей та покращити життя.

Основне питання – це процес реалізації подібної системи. Важливим є визначення як саме додаток має мотивувати користувачів та які методи для цього використовувати. У цьому дослідженні описано вплив гейміфікації на ефективність додатків формування звичок та планування і створені рекомендації щодо вдосконалення.

Ключові слова: гейміфікація, формування звичок, мотиваційні механізми, ігрові елементи.

Вступ. Через швидкий темп життя та необхідності вдалого планування часу, застосунки для планування та формування звичок є цінними помічниками в усіх сферах життя, а їх система мотивації користувача відіграє важливу роль у популярності та корисності продукту. Проте для ефективного планування та формування звичок необхідно постійне повторення певних дій, що потребує самоорганізації та мотивації, яка часто швидко зникає у людей. Наприклад, структура мотиваційного компоненту пізнавальної діяльності майбутніх ІТ-фахівців вивчалася в роботі [1]. Одним з оригінальних ідей для зацікавленості користувача є гейміфікація планування та формування звичок. За допомогою ігрових компонентів виконання поставлених задач надає користувачу відчуття особливості та візуалізацію досягнутого результату, що змушує продовжувати виконання інших завдань.

Мета роботи полягає в наступному: оцінити, наскільки ефективними є гейміфікаційні механізми у цифрових додатках для формування звичок і планування часу.

Виклад основного матеріалу.

Гейміфікацією можна вважати застосування ігрового мислення та ігрових технологій у неігрових середовищах [2]. Головна суть полягає в тому, що люди, як правило, отримують задоволення коли досягають поставленої цілі, відчувають прогрес та отримують винагороду [3]. Для додатків планування це означає що звичайна справа на день або формування звички більше не є рутиною, а стає квестом або ж викликом, де за виконання кожного кроку видається нагорода та підіймається рівень.

Основні методи для гейміфікації у подібних додатках включають:

1. Бали. Механізм, за допомогою якого за кожне виконане завдання на день, що користувач запланував, або нову звичку, надаються бали для підвищення власного

рівня або ж місця у рейтингу. Це повторює схему підвищення рівнів в грі та мотивує постійно вдосконалювати акаунт та візуалізувати процес.

2. Нагороди. Під час цього механізму за виконання певних завдань або формування звичок користувач отримує нагороду у вигляді певного візуалізованого символу, наприклад набору стікерів чи можливості змінювати дизайн у додатку.
3. Змагання з іншими. Для цього механізму реалізуються комунікація з іншими користувачами, наприклад у вигляді рейтингової шкали або групових викликів, за допомогою яких користувачі змагаються між собою.
4. Сюжети. Цей механізм полягає в тому, що у додатку міститься певні історія як у іграх. Користувач має виконувати завдання щоб дізнатися історію далі. Такий підхід помітно знижує відчуття рутини.
5. Аватари. У користувача існує власний аватар або аватар помічника, зовнішність якого можна змінювати за допомогою певних речей які видаються як нагорода за виконання завдань.

Оцінка ефективності гейміфікації будується на кількісних та якісних показниках[4]. До кількісних належать частота входу в застосунок, середня тривалість сесії, рівень утримання, частка виконаних задач. Якісні ж свідчать про суб'єктивну задоволеність і впевненість користувачів, а також про їхню готовність рекомендувати застосунок іншим[5]. Із практичної точки зору саме поєднання обох підходів дає змогу найточніше оцінити, наскільки гейміфікація сприяє формуванню нових звичок та дотриманню визначеного плану.

Хорошими й популярними прикладами для додатків планування з використанням гейміфікації є Habitica (раніше відоме як HabitRPG)[6]. В цьому додатку користувач може створювати повсякденні завдання, що будуть мати вигляд квеста, а за їх виконання отримується певні винагорода. Ще одним гарним прикладом є Zombies, Run! [7], у якому відтворюється певна історія, де користувач має тікати від зомбі та збирати ресурси.

Використання методу гейміфікації у додатках формування звичок та планування показує хороші результати, за допомогою більшої зацікавленості користувача в межах додатку. Ігрові елементи надають звичайним буденним справам більш цікавого ігрового контексту, а нагороди та можливість візуалізувати результат створює емоційний зв'язок та підвищує мотивацію не здаватися у користувача. Ймовірною можливістю розвитку напряму гейміфікації у подібних додатках є використання штучного інтелекту для аналізу поведінки користувача, оцінки даних та формування рекомендацій.

Список використаних джерел

1. Малежик П. М. Структура мотиваційного компоненту навчально-пізнавальної діяльності майбутніх фахівців з комп'ютерних наук. *Вісник Черкаського університету. Серія «Педагогічні науки»*. 2018. № 7. С. 41–49.
2. Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From Game Design Elements to Gamefulness: Defining “Gamification.” In *Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference* (pp. 9–15).
3. Kapp, K. M. (2012). *The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education*. Pfeiffer.
4. Seaborn, K., & Fels, D. I. (2015). Gamification in Theory and Action: A Survey. *International Journal of Human-Computer Studies*, 74, 14–31.
5. Orji, R., Mandryk, R. L., & Vassileva, J. (2014). Modelling the Efficacy of Persuasive Strategies for Different Gamer Types in Serious Games for Health. *User Modeling and User-Adapted Interaction*, 24(5), 453–498.
6. Habitica: Мотивуй себе на досягнення цілей: URL : <https://habitica.com/static/home> (дата звернення 03.04.2025).

7. Zombies, Run!: Transform your workout into adventure! URL : <https://zrx.app/> (дата звернення 03.04.2025).
8. Johnson, D., Deterding, S., Kuhn, K., Staneva, A., Stoyanov, S., & Hides, L. (2016). Gamification for Health and Wellbeing: A Systematic Review of the Literature. *Internet Interventions*, 6, 89–106.