И. О. Истомин

Санкт-Петербургский государственный университет

Научный руководитель: доктор филологических наук, доцент Е. В. Быкова

ГЕЙМИФИКАЦИЯ: ОБЛАСТИ ПРИМЕНЕНИЯ И ГРАНИЦЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Геймификация (или игрофикация) – это применение игровых элементов в неигровых процессах.

Популяризация геймификации началась после создания социальной сети Foursquare. Успех проекта привлёк внимание других организаций к идее внедрения игровых элементов.

Цель тезисов – анализ области применения и определение границ эффективности геймификации.

Основная проблема – неверное понимание принципов работы и неправильная реализация инструмента.

Почему работает? Две причины.

1. Поколение Y, которое с детства имело дома компьютер, что повлияло на их глубинную мотивацию, ставя на первое место собственную увлечённость и вознаграждение, что свойственно игровой механике.

2. Использование известных психологических принципов: мгновенная обратная связь, вознаграждение, социальный статус, самовыражение и многие другие.

Условия успешной геймификации:

1. Понятные задачи

2. Отсутствие отвлекающих факторов

3. Видимый результат

4. Соответствие способностей игрока поставленной задаче.

Области применения:

Обучение. Обучение – процесс, в котором часто отсутствует ожидаемая обратная связь, что является причиной демотивации. Геймификация в обучении основана на визуализации прогресса, что мотивирует продолжать занятия.

Вовлечение и удержание. Многие сервисы и проекты сложны для освоения или малоинтересны. Геймификация представляет данный процесс в виде освоения игровых элементов, благодаря чему увеличивается понимание и заинтересованность. Также используется в HR для мотивации сотрудников.

Маркетинг, программы лояльности. В коммерческой среде игрофикация повышает лояльность клиентов, привлекает новых, а также собирает аналитическую информацию.

Таким образом, игрофикация лучше работает с более молодой аудиторией, являясь совокупностью уже существующих принципов психологии с целью увеличения мотивации и вовлеченности.

Игрофикация стремительно входит в нашу жизнь, применяется многими крупными компаниями и правительственными учреждениями, что говорит о состоятельности, эффективности и целесообразности инструмента.