

УДК 004.5:658.8

## ГЕЙМІФІКАЦІЯ В UI/UX ДИЗАЙНІ

*Парамонов А.К., старший викладач, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

*Гоголя О.Г., студент, кафедра МСТ, ХНУРЕ*

**Анотація.** Розглянуто гейміфікацію, як один із принципів побудови користувацьких інтерфейсів. Проаналізовано основні методи та прийоми побудови геймфікованих систем. Визначено основні принципи залучення, взаємодії та мотивації користувача.

**Ключові слова:** UI/UX ДИЗАЙН, ГЕЙМІФІКАЦІЯ, ВЗАМОДІЯ З КОРИСТУВАЧЕМ, МОТИВАЦІЯ КОРИСТУВАЧІВ, ІГРОВА МЕХАНІКА.

Ігри відіграють важливу роль у житті кожної людини, розвивають уяву, логічне мислення та творчі здібності, стають інструментом соціалізації та розвитку комунікативних навичок, можуть бути відмінним засобом для зняття стресу. В наш час ігровий ринок постійно зростає, збільшуючи свій розмір та вплив. Тільки за 2024 рік розмір глобального ігрового ринку становив 272,86 мільярда доларів США, а середньорічний темп зростання складе 9,32 % протягом прогнозованого періоду (2024 – 2029 роки) [1].

На таке стрімке зростання впливають багато факторів, зокрема розвиток технологій віртуальної та доповненої реальності, хмарні ігрові платформи. Також варто зазначити зменшення віку гравців, 61 % дітей отримують свої перші цифрові пристрої в віці від 8 до 12 років, а 11 % з них отримують свій перший гаджет, навіть не досягнувши 5 років. Всі ці фактори свідчать про потребу в застосуванні ігрових механік навіть у тих сферах, де вони спочатку не були обумовлені, бо люди звикають до постійного інтерактивного досвіду у цифровому середовищі, і тому вони очікують подібної взаємодії навіть у тих галузях, де використання ігор на перший погляд може здаватися неприродним чи незвичним.

Метою роботи є огляд сучасних методів та прийомів гейміфікації, принципів їх використання у UI/UX дизайні для покращення якості взаємодії з користувачами.

Гейміфікація – процес використання ігрових практик та механізмів у неігровому контексті для залучення аудиторії і вирішення поставлених завдань [2]. При створенні геймфікованого користувацького інтерфейсу можна виділити три головні складові: залучення та утримання уваги, мотивація користувача та зворотний зв'язок.

Гейміфікація спрямована на створення простого та цікавого середовища, що залучає користувачів та утримує їх увагу протягом якомога більшого часу. Для цього використовуються наступні методи та прийоми.

1. Рівні та бали – система, яка допомагає і спонукає рухатись вперед та відслідковувати прогрес протягом часу.

2. Досягнення, значки, бейджіки – фіксація досягнутих цілей. Отримання значків, дозволяє людині почуватись успішною та поділитись своїми досягненнями з іншими.

3. Таблиці лідерів – рейтинги та відображення позиції користувача в системі. Це хороший стимул для продовження гри, використання ресурсу.

4. Нагороди – невід’ємна частина будь-якої гейміфікованої системи, вони можуть бути різними по своїй структурі.

Елементи гейміфікації мають подаватись за принципом, який використовують популярні мобільні ігри, де до якогось етапу гравцеві, все дається легко і просто, в нього безліч ресурсів та нагород, а потім прогрес уповільнюється та виникають труднощі, ніби американські гірки, де кількість стимулюючих факторів, збільшується або зменшується протягом часу.

Важливим фактором також є мотивація користувача. Недостатньо ввести систему балів, значків. Ігрові механіки не працюють самі по собі, потрібно, щоб люди виконували якісь дії та прагнули брати участь знову і знову. Виділяють два джерела мотивації [3]: внутрішнє, де люди роблять щось за власним бажанням, та зовнішнє – хочуть отримати щось.

Зовнішня мотивація, використовується для монотонної роботи, особливо в командному середовищі, бо стимулює конкуренцію, інакше у користувача не було б власної мети. В цілому всі елементи залучення та утримання, які можна спроектувати, спрямовані на стимулювання зовнішньої мотивації.

Внутрішня мотивація надходить від користувача та триває набагато довше ніж зовнішня, і користувач отримує відчуття ейфорії. Перемога є однією з найкращих форм мотивації. Вона повинна не даватися занадто легко, але й не занадто важко. Підтримання цього балансу та підкріплення його зовнішніми факторами і є основною метою розробки гейміфікованого інтерфейсу.

Крім того, користувач повинен отримувати адекватний зворотний зв'язок на свої дії: відзнаки за виконані завдання, нагороди за перемогу, або покарання за поразку. Такий зворотний зв'язок підтримує мотивацію та позитивний досвід взаємодії з гейміфікованою системою.

Тож можна дійти висновків, що гейміфікація необхідний інструмент, який утримує, заохочує та покращує досвід користувачів. Розглянуті у роботі методи, прийоми та принципи гейміфікації дозволяють ефективно їх впроваджувати у UI/UX дизайні.

#### Література.

1. Market Research Company – Mordor Intelligence™ (б. д.). Зростання ігрової індустрії – Частка ринку і розмір. <https://www.mordorintelligence.com/ru/industry-reports/global-gaming-market/>.

2. Вікіпедія. (б. д.). Гейміфікація. <https://uk.wikipedia.org/wiki/Гейміфікація>.

3. Блог Depositphotos. (б. д.). Внутрішня і зовнішня мотивація: Відмінності та приклади – Блог Depositphotos. <https://blog.depositphotos.com/ua/vnutrishnya-i-zovnishnya-motivatsiya.html>.