

“GEYMIFIKATSIYA” TUSHUNCHASIGA ILMIY YONDASHUV**A.M.Axmedov****Y.H.Axmedova**

Annotatsiya. So‘nggi yillarda ommaviy foydalanuvchilarga mo‘ljallangan ko‘plab raqamli mahsulotlar va xizmatlar dizaynida videoo‘yinlar tajribasidan faol foydalanilmoqda. Xususan, foydalanuvchini jalb etish, muntazam ishtirokini ta‘minlash hamda motivatsiyani oshirish maqsadida ball, daraja, reyting, yutuqlar (badges), vazifalar va mukofotlar kabi o‘yin elementlari turli sohalarga (ta‘lim, marketing, sog‘liqni saqlash, boshqaruv va boshqalar) moslashtirilib joriy etilmoqda. Ushbu hodisa ilmiy adabiyotlarda ko‘pincha “geymifikatsiya” atamasi bilan ifodalanadi. Biroq amaliyotda “geymifikatsiya” tushunchasi mazmun jihatidan unga yaqin bo‘lgan konsepsiyalar — jiddiy o‘yinlar (serious games), kengaytirilgan o‘yinlar (pervasive games), muqobil reallik o‘yinlari (alternate reality games) hamda o‘yinbop dizayn (playful design) bilan ko‘pincha aralashib ketadi. Natijada ushbu tushunchalarning chegaralari, o‘xshash va farqli jihatlari aniq ajratilmagani sababli geymifikatsiyaning ilmiy ta‘rifi va metodologik asoslarini belgilash dolzarb masalaga aylanmoqda.

Mazkur maqolada mualliflar “geymifikatsiya” atamasining kelib chiqishi, tarixiy shakllanishi va evolyutsiyasini tahlil qiladi, shuningdek, unga yaqin konsepsiyalar bilan qiyosiy izoh beradi. Tadqiqot natijasida geymifikatsiya o‘yin dizayniga xos elementlar va mexanizmlardan o‘yin bo‘lmagan kontekstlarda maqsadli foydalanish sifatida ilmiy ta‘riflanadi. Shu orqali tushunchaning nazariy chegaralari aniqlashtiriladi hamda kelgusida geymifikatsiyani loyihalash va baholash bo‘yicha tadqiqotlarga metodik asos yaratishga xizmat qiladigan yondashuv taklif etiladi.

Kalit so‘zlar: Geymifikatsiya, o‘yin dizayni elementlari, o‘yinbop bo‘lmagan kontekst, gamefulness, playfulness, o‘quv jarayonini faollashtirish, raqamli ta‘lim texnologiyalari, inson–kompyuter o‘zaro ta‘siri (HCI), ta‘limda innovatsion metodlar.

Kirish

Raqamli texnologiyalar jadal rivojlanishi sharoitida foydalanuvchilarni faol jalb etish va ularning uzoq muddatli ishtirokini ta‘minlash masalasi turli sohalar uchun dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Xususan, Foursquare platformasining muvaffaqiyatidan so‘ng o‘yin dizayniga xos elementlarni o‘yin bo‘lmagan kontekstlarda qo‘llash g‘oyasi keng tarqala boshladi. Ushbu yondashuv foydalanuvchilarning faolligini oshirish, motivatsiyasini kuchaytirish va xizmat yoki tizimga nisbatan sodiqligini mustahkamlash imkonini berishi bilan izohlanadi.

Bugungi kunda geymifikatsiya yondashuvi ta‘lim, sog‘liqni saqlash, mehnat unumdorligini oshirish, moliya, barqaror rivojlanish hamda ommaviy axborot

vositalari kabi ko'plab sohalarda qo'llanilmoqda. Ta'lim tizimida u o'quvchi-talabalarning o'rganishga bo'lgan qiziqishini kuchaytirish va o'quv jarayonini faollashtirishga xizmat qilsa, sog'liqni saqlash sohasida sog'lom turmush tarzini rag'batlantirish va davolanishga rioya qilish darajasini oshirishga qaratilgan. Mehnat va moliya sohalorida esa geymifikatsiya samaradorlikni oshirish, xodimlar va foydalanuvchilarning ishtirokini kuchaytirish vositasi sifatida qaralmoqda.

Shu bilan birga, ilmiy adabiyotlarda "geymifikatsiya" tushunchasining mazmuni va chegaralari borasida yagona va umumqabul qilingan ta'rifning mavjud emasligi muammo sifatida qayd etiladi. Turli mualliflar ushbu tushunchani turlicha izohlaydi va uni yaqin konsepsiyalar bilan bog'laydi. Natijada geymifikatsiyaning nazariy asoslarini aniqlashtirish, uning mohiyatini o'yinli ta'lim va boshqa o'xshash yondashuvlardan farqlash masalasi dolzarb ilmiy vazifa sifatida namoyon bo'lmoqda. Ushbu holat mazkur tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

"Geymifikatsiya" atamasining kelib chiqishi. "Geymifikatsiya" atamasi ilk bor 2008-yilda raqamli media va texnologiyalar industriyasida paydo bo'lgan bo'lsa-da, u ilmiy va amaliy muomalaga asosan 2010-yildan keyin keng kirib kelgan. Dastlab ushbu tushuncha foydalanuvchilarni jalb qilish va ularning platformalar bilan o'zaro aloqasini kuchaytirishga qaratilgan dizayn yechimlarini ifodalash uchun qo'llanilgan. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va onlayn xizmatlar rivoji jarayonida geymifikatsiya foydalanuvchi tajribasini yaxshilash vositasi sifatida e'tiborni tortdi.

Mazkur atama shakllanishi va ommalashuvi jarayonida uning mohiyati borasida turli ilmiy munozaralar yuzaga keldi. Ayrim tadqiqotchilar geymifikatsiyani murakkab insoniy motivatsiya jarayonlarini soddalashtiruvchi yondashuv sifatida tanqid qilib, o'yin elementlarining yuzaki qo'llanishi kutilgan pedagogik yoki ijtimoiy natijalarga olib kelmasligi mumkinligini ta'kidlaydi. Bunday nuqtai nazarga ko'ra, geymifikatsiya faqat tashqi rag'batlantirishga tayanib, foydalanuvchining chuqur ichki motivatsiyasini shakllantirishda cheklangan imkoniyatlarga ega. Boshqa bir guruh tadqiqotchilar esa geymifikatsiyani foydalanuvchi xatti-harakatlarini boshqarish yoki yo'naltirishga xizmat qiluvchi mexanizm, ya'ni ma'lum darajada manipulyativ vosita sifatida baholaydi. Ushbu yondashuvda o'yin elementlari foydalanuvchini muayyan harakatlarga undash uchun strategik tarzda qo'llanilishi mumkinligi qayd etiladi. Shu bilan birga, bu holat geymifikatsiyaning axloqiy va metodologik jihatlarini chuqurroq o'rganish zarurligini ko'rsatadi.

Mavjud tanqidlarga qaramasdan, "geymifikatsiya" atamasi bugungi kunda ilmiy tadqiqotlar va amaliy loyihalarda eng keng qo'llaniladigan tushunchalardan biri sifatida mustahkam o'rnashgan. Uning ommalashuvi mazkur yondashuvning turli sohalarda, jumladan ta'lim, sog'liqni saqlash va boshqaruv tizimlarida qo'llanilish imkoniyatlari bilan izohlanadi. Natijada, geymifikatsiya nafaqat sanoat amaliyotida, balki ilmiy-pedagogik tadqiqotlarda ham muhim tadqiqot obyekti sifatida shakllanib bormoqda.

Tarixiy ildizlar va o'xshash yondashuvlar. Fikrimizcha, geymifikatsiya mutlaqo yangi yoki birdan paydo bo'lgan hodisa emas, balki o'yin va o'yinboplikka asoslangan ilgari mavjud bo'lgan bir qator yondashuvlarning mantiqiy davomidir. Uning shakllanishi inson faoliyatida o'yinning madaniy, ijtimoiy va pedagogik ahamiyatini yoritib bergan nazariy va amaliy qarashlar bilan chambarchas bog'liqdir. Shu bois geymifikatsiyani to'liq anglash uchun unga yaqin bo'lgan konsepsiyalar bilan qiyosiy tahlil o'tkazish muhim hisoblanadi.

Bunday yondashuvlardan biri playfulness (o'yinboplik) tushunchasi bo'lib, u erkinlik, ijodkorlik va qat'iy qoidalarga kam bo'ysunuvchi faoliyat bilan tavsiflanadi. O'yinboplik kundalik hayot va ta'lim jarayoniga quvonch, qiziqish va spontanlik olib kirishi bilan ahamiyatlidir. Geymifikatsiya ham aynan shu xususiyatlardan ilhomlanadi, biroq u o'yinboplikdan farqli ravishda aniq maqsad va strukturaga ega bo'lgan dizayn elementlariga tayanadi. Serious games (jiddiy o'yinlar) esa to'liq shakllangan o'yinlar bo'lib, ular ko'ngilocharlikdan tashqari, ta'limiy, kasbiy yoki ijtimoiy maqsadlarni ko'zlaydi. Ushbu yondashuvda o'yin butunlay mustaqil mahsulot sifatida yaratiladi. Geymifikatsiya esa jiddiy o'yinlardan farqli o'laroq, to'liq o'yin yaratishni emas, balki mavjud jarayonlarga o'yin dizayni elementlarini integratsiya qilishni nazarda tutadi.

Shuningdek, pervasive games (kengaytirilgan o'yinlar) real hayot va virtual muhit chegaralarini yo'qotgan holda, o'yin jarayonini kundalik faoliyat bilan uyg'unlashtiradi. Bu yondashuv foydalanuvchining makon va vaqt haqidagi an'anaviy tasavvurlarini kengaytiradi. Geymifikatsiya bilan o'xshash jihati shundaki, har ikkisi ham o'yinni real hayot kontekstiga olib kiradi, biroq geymifikatsiya bunda to'liq o'yin ssenariysini emas, balki ayrim mexanizmlarni qo'llaydi. Bundan tashqari, ludifikatsiya tushunchasi jamiyat va madaniyatda o'yin elementlarining tobora keng tarqalishini ifodalaydi. Ushbu yondashuv o'yinning kundalik hayot, mehnat, siyosat va ta'lim sohalariga singib borishini ta'kidlaydi. Geymifikatsiya ludifikatsiyaning amaliy va dizaynga yo'naltirilgan ko'rinishi sifatida talqin qilinishi mumkin. Shuningdek, geymifikatsiya yuqoridagi yondashuvlar bilan umumiy jihatlarga ega bo'lsa-da, ularning hech biriga to'liq tenglashtirilmaydi. Uning asosiy farqi shundaki, geymifikatsiya to'liq o'yin yaratishga emas, balki o'yin dizayniga xos elementlar va mexanizmlardan o'yin bo'lmagan kontekstlarda maqsadli foydalanishga asoslanadi. Aynan shu xususiyat geymifikatsiyani mustaqil ilmiy tushuncha sifatida ajratib ko'rsatadi.

Mazkur tadqiqot doirasida ilgari surilgan asosiy ilmiy xulosa shundan iboratki, geymifikatsiya mustaqil o'yin yaratish jarayoni emas, balki o'yin dizayniga xos ayrim elementlar va mexanizmlarni o'yin bo'lmagan kontekstlarda maqsadli ravishda qo'llashga asoslangan yondashuvdir. Ushbu ta'rif geymifikatsiyani unga yaqin bo'lgan boshqa konsepsiyalardan, xususan o'yinli ta'lim (game-based learning) va jiddiy o'yinlardan aniq farqlash imkonini beradi.

Geymifikatsiya doirasida ball, daraja, reyting, yutuqlar, vazifalar, raqobat va rag‘batlantirish kabi o‘yin dizayni elementlari muayyan pedagogik, ijtimoiy yoki kasbiy maqsadlarga xizmat qiladigan tarzda integratsiya qilinadi. Bunda asosiy e‘tibor o‘yin tajribasini to‘liq takrorlashga emas, balki o‘yin mexanizmlarining motivatsion va jalb etuvchi xususiyatlaridan foydalanishga qaratiladi. Shu sababli geymifikatsiya o‘yin emas, balki dizayn yondashuvi sifatida talqin etiladi.

Mazkur ta‘rifning ilmiy ahamiyati shundaki, u geymifikatsiyaning nazariy chegaralarini belgilab beradi va uni noto‘g‘ri talqinlardan holi etishga xizmat qiladi. Ayniqsa ta‘lim kontekstida ushbu yondashuv o‘quv jarayonini strukturaviy jihatdan o‘zgartirmagan holda, talabalar faolligi va motivatsiyasini oshirish imkonini beruvchi vosita sifatida qaraladi. Demak, geymifikatsiya o‘yinlashgan muhit yaratishdan ko‘ra, o‘yin dizayniga xos elementlar orqali maqsadli ta‘sir ko‘rsatishga qaratilgan konseptual yondashuvdir.

“Gamefulness” va “Playfulness” tushunchalarini farqlash. Geymifikatsiya nazariyasini aniqlashtirishda playfulness va gamefulness tushunchalarini ajratishni muhim deb hisoblaydi. Chunki amaliyotda “o‘yin”ga xos har qanday element ko‘pincha umumiy “o‘yinboplik” sifatida talqin qilinadi, holbuki bu ikki tushuncha motivatsiya mexanizmlari va faoliyatning tashkil etilishida sezilarli farqlarga ega.

Playfulness (o‘yinboplik), avvalo, erkinlik va ijodkorlik bilan xarakterlanadi. Unda faoliyat qat‘iy qoidalariga bo‘ysunmasligi, improvizatsiya va spontanlik ustun bo‘lishi mumkin. Ta‘lim kontekstida playfulness o‘quvchini psixologik jihatdan “yengil” holatga keltiradi, ya‘ni fikrlashda ochiqlikni oshiradi, tajriba qilishdan cho‘chimay ishlashga undaydi, xatodan qo‘rqishni kamaytiradi. Bunda natijadan ko‘ra jarayonning o‘zi, qiziqish va zavq muhimroq bo‘lib qoladi.

Gamefulness esa aksincha, qoidalar, aniq maqsad, baholash mezonlari, raqobat yoki yutuq kabi elementlarga tayangan holda tashkil etilgan faoliyatni anglatadi. Bu yondashuvda ishtirokchi ma‘lum vazifani bajarish, belgilangan natijaga erishish, reyting yoki mukofot orqali progressni ko‘rish kabi “o‘yin”ga xos strukturalar bilan harakat qiladi. Pedagogik nuqtai nazardan gamefulness o‘quv faoliyatini tartibga soladi, bosqichma-bosqich rivojlanishni ko‘rsatadi va o‘quvchini maqsadga yo‘naltirilgan tarzda rag‘batlantiradi.

Shu asosda geymifikatsiyaning mohiyati o‘yinbop (playful) muhit yaratish emas, balki o‘yinsimon (gameful) tajriba va xatti-harakatlarni shakllantirish ekanini ta‘kidlaydi. Ya‘ni geymifikatsiya odatda erkin improvizatsiyani emas, balki talaba-o‘quvchini maqsadli, qoidaga asoslangan va natijaga yo‘naltirilgan faoliyatga jalb etuvchi qarorlarini ko‘zlaydi. Natijada geymifikatsiya ta‘lim jarayonida motivatsiyani oshirishni “o‘yin o‘ynash” orqali emas, balki o‘yin strukturasiga xos mexanizmlar orqali ta‘minlashga urinadi.

O‘yin dizayni elementlari: ko‘p darajali tasnif.



O'yin dizayni elementlari besh darajali tizim asosida tasniflanadi. Ushbu yondashuv geymifikatsiyani yuzaki elementlar darajasida emas, balki chuqur dizayn va metodologik qatlamlar orqali tahlil qilish imkonini beradi. Aynan shu jihati bilan mazkur tasnif ilmiy tadqiqotlar, xususan dissertatsiya ishlari uchun metodologik jihatdan qulay hisoblanadi.

Birinchi daraja — interfeys naqshlari (interface patterns) bo'lib, ular foydalanuvchi tomonidan eng tez seziladigan va bevosita ko'rinadigan o'yin elementlarini o'z ichiga oladi. Badge (nishonlar), leaderboard (reyting jadvallari) va level (darajalar) kabi elementlar foydalanuvchiga o'z yutuqlarini ko'rish, boshqalar bilan solishtirish va progressni his qilish imkonini beradi. Ushbu qatlam ko'pincha geymifikatsiyaning tashqi ifodasi sifatida namoyon bo'ladi.

Ikkinchi daraja — mexanikalar (game mechanics) bo'lib, ular foydalanuvchi xatti-harakatlarini boshqaruvchi funksional mexanizmlarni anglatadi. Vaqt cheklovi, ball tizimi, resurslarni yig'ish yoki sarflash kabi mexanikalar foydalanuvchini muayyan harakatlarni bajarishga undaydi. Bu daraja interfeysdan ko'ra chuqurroq bo'lib, motivatsiyaning shakllanishida muhim rol o'ynaydi.

Uchinchi daraja — dizayn tamoyillari (design principles) bo'lib, ular butun tizimning mantiqiy va psixologik asosini belgilaydi. Aniq maqsadlarning mavjudligi, doimiy rag'batlantirish, darhol fikr-mulohaza (feedback) berish kabi tamoyillar foydalanuvchi tajribasini izchil va tushunarli qiladi. Mazkur daraja geymifikatsiyani faqat texnik elementlar yig'indisi emas, balki ongli ravishda loyihalangan motivatsion tizim sifatida talqin qilishga imkon beradi.

To'rtinchi daraja — modellar (models) bo'lib, ular geymifikatsiya tizimini tushuntirish va loyihalashda nazariy asos vazifasini bajaradi. Xususan, MDA modeli (Mechanics–Dynamics–Aesthetics) o'yin dizaynining ichki tuzilishini va foydalanuvchi tajribasiga ta'sirini tahlil qilish imkonini beradi. Ushbu daraja ilmiy izlanishlarda umumlashtirish va konseptual tahlil uchun muhim ahamiyatga ega.

Beshinchi daraja — dizayn metodlari (design methods) bo'lib, ular geymifikatsiya jarayonini amaliy jihatdan amalga oshirish bosqichlarini qamrab oladi. Playtesting (sinovdan o'tkazish), o'yin markazli dizayn va iterativ takomillashtirish kabi metodlar tizimning samaradorligini baholash va uni takomillashtirib borishga xizmat qiladi. Aynan ushbu daraja geymifikatsiyani real pedagogik yoki kasbiy muhitga moslashtirish imkonini beradi.

Shunday qilib, besh darajali tasnif geymifikatsiyani element → mexanizm → tamoyil → model → metod zanjiri asosida tahlil qilishga imkon beradi. Bu yondashuv dissertatsiya doirasida nazariy asos yaratish, jadval va modellardan foydalanish hamda empirik tadqiqotlar bilan bog'lash uchun ayniqsa qulay hisoblanadi.

Xulosa

Mualliflar tahlil natijalariga tayangan holda geymifikatsiya (gamification) fenomenini alohida ilmiy muhokama maydoniga ega bo'lgan yondashuv sifatida

talqin qiladi. Avvalo, geymifikatsiya mustaqil ilmiy hodisa sifatida ko‘rilishi mumkin, chunki u o‘yin elementlari va mexanizmlarini o‘yin bo‘lmagan vaziyatlarda qo‘llash orqali foydalanuvchi xatti-harakati va tajribasiga ta‘sir etishga qaratilgan konseptual-dizayn yondashuvini ifodalaydi. Bunday qarash geymifikatsiyani faqat “trend” yoki “marketing usuli” darajasida emas, balki aniq nazariy chegaralari va tadqiqot savollari mavjud bo‘lgan ilmiy obyekt sifatida ko‘rishga imkon beradi.

Ikkinchidan, mualliflar geymifikatsiyani “jiddiy o‘yinlar” (serious games) bilan qat’iy farqlash zarurligini ta’kidlaydi. Jiddiy o‘yinlarda maqsadli natijaga yo‘naltirilgan to‘liq o‘yin yaratiladi, geymifikatsiyada esa mavjud faoliyat yoki tizimga o‘yin dizayni elementlari integratsiya qilinadi. Mazkur farqlash ilmiy izchillikni ta’minlash, metodologik noaniqliklarning oldini olish va natijalarni to‘g‘ri talqin qilish uchun muhimdir.

Uchinchidan, mualliflar “gamification” atamasi amaliyotda keng qo‘llanayotgan bo‘lsa-da, ilmiy muhitda “gameful design” atamasidan foydalanish maqsadga muvofiq bo‘lishi mumkinligini qayd etadi. Chunki “gameful design” iborasi o‘yin elementlari yordamida o‘yinsimon (gameful) tajribani shakllantirishga qaratilgan dizayn niyatini aniqroq ifodalaydi va tushunchaning chegaralarini nisbatan ravshanlashtira di.

To‘rtinchidan, mualliflar foydalanuvchi tajribasi (user experience) geymifikatsiyada kontekstga bog‘liq ravishda o‘zgarishini alohida ko‘rsatadi. Bir xil o‘yin elementlari turli auditoriya, madaniy muhit, maqsad, motivatsiya darajasi va faoliyat sharoitida turlicha qabul qilinishi mumkin. Shu bois geymifikatsiya loyihalalanayotganda “universal yechim” yondashuvidan ko‘ra, kontekst, ehtiyoj va etik jihatlarni hisobga olgan holda moslashtirish ustuvor bo‘lishi lozim.

Umuman olganda, mualliflar geymifikatsiyani o‘rganish HCI (inson–kompyuter o‘zaro ta’siri) hamda pedagogika uchun yangi ilmiy imkoniyatlar yaratishini ta’kidlaydi. Xususan, bu yo‘nalish foydalanuvchi/ta’lim oluvchi motivatsiyasi, ishtiroki va samaradorligiga ta‘sir etuvchi dizayn qarorlarini nazariy hamda empirik jihatdan chuqurroq tahlil qilish, shuningdek, ta’lim amaliyotida asosli va etik jihatdan mas’uliyatli yechimlarni ishlab chiqish uchun qulay ilmiy platforma bo‘lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Deterding S., Dixon D., Khaled R., Nacke L. From Game Design Elements to Gamefulness: Defining “Gamification” // Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference (MindTrek ’11). – Tampere, Finland, 2011. – P. 9–15.

DOI: 10.1145/2181037.2181040



2. Deterding S., Sicart M., Nacke L., O'Hara K., Dixon D. Gamification: Using game-design elements in non-gaming contexts // CHI '11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems. – ACM, 2011. – P. 2425–2428.
3. Huotari K., Hamari J. Gamification from the perspective of service marketing // Proceedings of the CHI 2011 Workshop on Gamification. – Vancouver, Canada, 2011.
4. Kapp K.M. The Gamification of Learning and Instruction: Game-Based Methods and Strategies for Training and Education. – San Francisco: Pfeiffer, 2012. – 336 p.
5. Hamari J., Koivisto J., Sarsa H.
Does Gamification Work? – A Literature Review of Empirical Studies // Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences. – IEEE, 2014. – P. 3025–3034.
6. Juul J. Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds. – Cambridge: MIT Press, 2005. – 248 p.
7. Salen K., Zimmerman E. Rules of Play: Game Design Fundamentals. – Cambridge: MIT Press, 2004. – 688 p.
8. Caillois R. Man, Play, and Games. – Urbana: University of Illinois Press, 2001. – 208 p.
9. McGonigal J. Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World. – New York: Penguin Press, 2011. – 400 p.
10. Reeves B., Read J. L. Total Engagement: Using Games and Virtual Worlds to Change the Way People Work and Businesses Compete. – Boston: Harvard Business School Press, 2009. – 272 p.
11. Тургунов С.Т. (2019). Рефлексив таълим технологиялари назарияси ва амалиёти. Тошкент: Fan. – 206-б.