

جعبه ابزار طراحی گیمیفیکیشن



مقدمه مترجم

گیمیفیکیشن چیست؟

گیمیفیکیشن یعنی از ساختارهای بازی مثل بنیان‌های بازی، محرک‌های بازی و اجزای بازی برای حل مسائل زندگی استفاده کنید. بیشترین کارکردهای گیمیفیکیشن افزایش مشارکت مخاطبان و مجاب کردن آنان به تغییرات رفتاری ارزیابی شده است. بازی ویژگی‌های منحصر به فردی دارد که بهره‌گیری از این ویژگی ها نتایج فوق العاده ای را حاصل می‌کند. استفاده از ویژگی‌های بازی در برنامه‌های کاربردی باعث ایجاد انگیزه و تعامل بیشتر کاربران می‌شود که در این حالت بازی آفرینی معنا و مفهوم پیدا می‌کند. در واقع، بازی آفرینی تکنیک استفاده از اجزا و عناصر بازی در زمینه‌هایی که ارتباطی با بازی ندارند تعریف می‌شود. گیمیفیکیشن در برنامه‌های شرکت ها جهت حفظ مشتری کاربرد گسترده‌ای دارد. از این مفهوم می‌توان جهت ایجاد جذابیت در فرآیند یادگیری، انجام فرآیندهای تکراری و یا کارهای غیر جذاب و به طور کل در زمینه‌های غیر بازی گونه استفاده کرد.

در تعریفی دیگر گیمیفیکیشن یعنی **استفاده از ویژگی‌های بازی در فعالیت‌هایی که زمینه ای غیر از بازی دارند**. البته منظور جایگزینی بازی به جای کار نیست؛ بلکه از ویژگی‌های بازی برای هدایت رفتار کارکنان استفاده می‌شود؛ این ویژگی ها شامل امتیاز، سطح نشان، صفحه رده بندی و صفحه‌های شخصیت است.

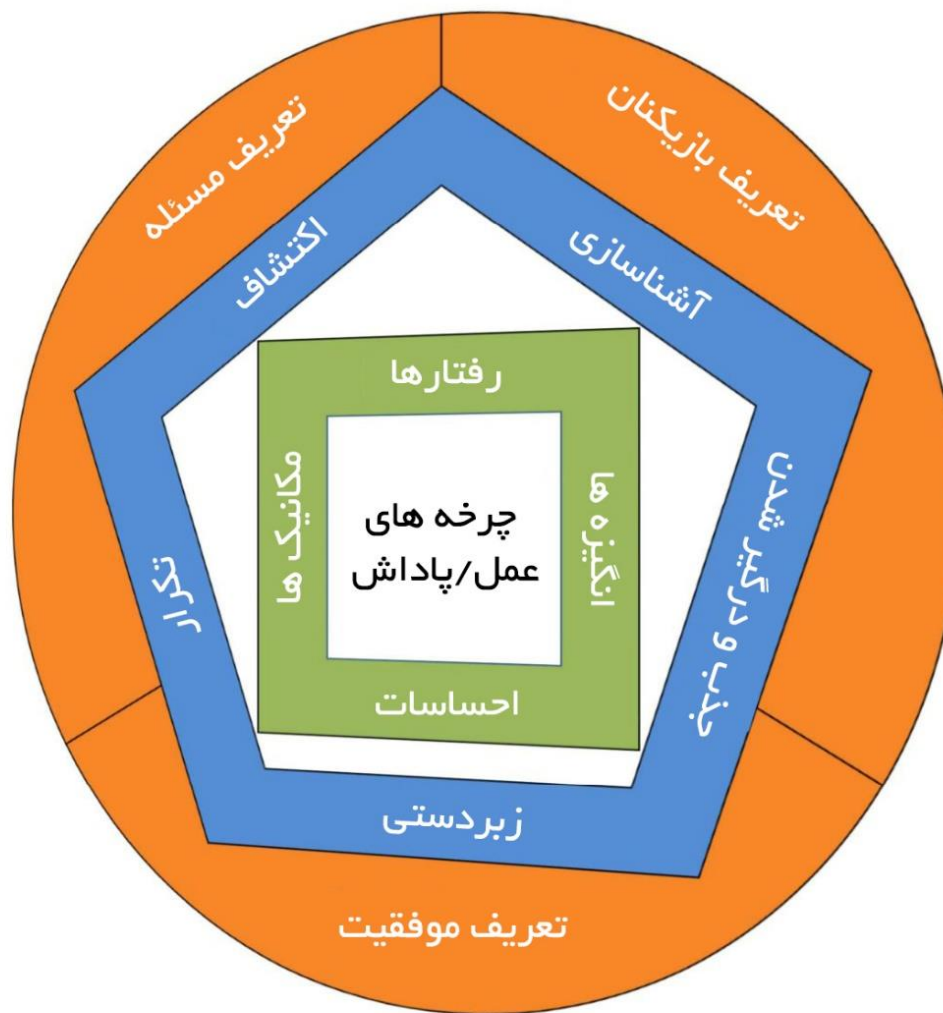
آقای گیمیفیکیشن

سایت آقای گیمیفیکیشن با هدف آشنای سازی مخاطب پارسی زبان با علم نوپای گیمیفیکیشن ساخته شده است. در هنگام نگارش این متن، آقای گیمیفیکیشن جزو 5 سایت پرمخاطب گیمیفیکیشن در جهان است و بزرگ ترین مرجع آموزش گیمیفیکیشن در ایران محسوب می‌شود.

تیم آقای گیمیفیکیشن تلاش دارد تا علاوه بر آموزش و گسترش گیمیفیکیشن در بین کاربران ایرانی، پروژه‌های نوآورانه ای نیز در زمینه گیمیفیکیشن در ایران انجام دهد تا مدیران و شرکت های ایرانی، بیش از پیش با بازی انگاری یا همان گیمیفیکیشن، آشنا شوند.

ما در آقای گیمیفیکیشن، مطالبی برای **آموزش صفر تا صد گیمیفیکیشن** فراهم کرده ایم که مخاطبان پارسی زبان می‌توانند از آن استفاده کنند.

جعبه ابزار چهارچوب طراحی گیمیفیکیشن



جعبه ابزار «چهارچوب طراحی گیمیفیکیشن»

این جعبه ابزار به طرز طراحی شده است تا به شما در طراحی پروژه های گیمیفیکیشن، کمک کند. این جعبه ابزار بر اساس «چهارچوب طراحی گیمیفیکیشن» ساخته آندرز مارچوسکی ساخته شده است؛ راهی سیستماتیک برای طراحی پروژه های گیمیفیکیشن.

در ادامه مسیر ابزارها، پیش نویس ها و توصیه های بیشتری را به صورت قدم به قدم درباره این جعبه ابزار برای شما آشکار خواهند شد. می توانید پیش نویس ها و ورک شیت ها را در برگه A3 چاپ کنید، اینطور فضای زیادی برای نوشتن در آن دارید .

این ساختار، اول و مهم تر از همه یک ابزار است. ابزاری که من طی سال ها به طرز موفقی از آن استفاده کردم. می خواهم که شما از آن استفاده کنید، با آن وفق یابید و پروژه های فوق العاده ای به وسیله آن ایجاد کنید.

بخش هایی از این جعبه ابزار قابل چاپ هستند که موارد زیر را شامل می شوند:

- بوم «چهارچوب طراحی گیمیفیکیشن»
- پلنر سفر بازیکنان (دو نسخه)
- ماجراجویی های سفر بازیکنان (سرگرم کننده است)
- پلنر چرخه های عمل/پاداش (دو نسخه)
- جدول تناوبی عناصر گیمیفیکیشن
- چک لیست احساسات، عواطف و جذابیت.

چهارچوب طراحی گیمیفیکیشن

این چهارچوب با هدف طراحی پروژه های گیمیفیکیشن بهتر ساخته شده است. چهارچوب طراحی گیمیفیکیشن به سه بخش تقسیم می شود: تعریف، طراحی و تصحیح. این جعبه ابزار شامل ابزارهای متفاوتی است که به شما در راه طراحی گیمیفیکیشن کمک می کند.

تعریف مسئله

اینکه مشتریان شما چه می خواهند و به چه چیزی نیاز دارند، معمولا خیلی متفاوت هستند. شاید مشکل اولیه از نظر آن ها، مسئله متفاوتی باشد اما شما باید با بررسی و تحقیق بسیار، مشکل واقعی را پیدا کنید. خود این فرایند، یک مهارت است. یادتان باشد که دائما از خودتان بپرسید «چرا؟»

مشخص کردن بازیکنان

هنگامی که مشکل را یافتید، باید بازیکنانی که قرار است وارد سیستم تان شوند را بررسی کنید. تحقیق درباره کاربران از ضروریات هر پروژه گیمیفیکیشنی است. باید با آن ها صحبت کنید، از نزدیک ملاقات شان کنید و آن ها را بشناسید.

تعریف بازیکنان

تعریف موفقیت برای پروژه شما و بازیکنان تان چیست؟ بعد از اینکه به چنین تعریفی دست یافتید، باید معیارهایی قابل اندازه گیری برای اندازه گیری موفقیت تان تعریف کنید.

طراحی سفر بازیکنان

سفر بازیکنان پنج فاز دارد: اکتشاف، آموزش، درگیر شدن، چیره دستی و تکرار. باید این پنج بخش را در فاز طراحی به خاطر داشته باشید.

طراحی پروژه

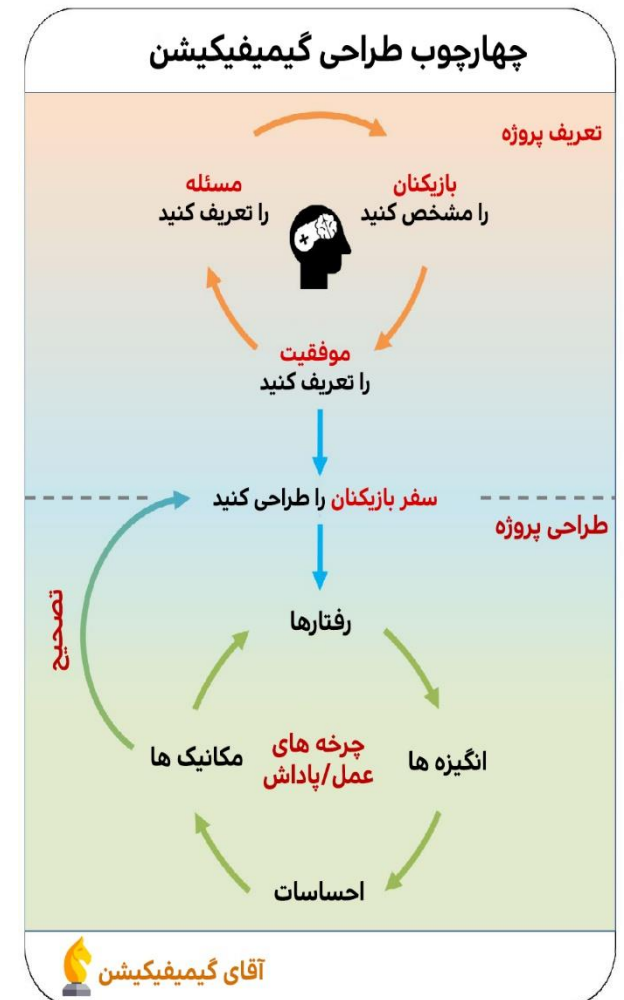
سپس باید پایه و اساس تجربه بازیکنان را طراحی کنید. در اولین گام، نیاز دارید تا به رفتار، انگیزه، احساسات و مکانیک ها در پروژه تان بیندیشید.

چرخه های عمل/پاداش

تمام فازهای قبلی منجر خواهند شد به چرخه های عمل/پاداش سیستم شما.

تصحیح

در نهایت نیاز دارید تا به آغاز مسیر بازگردید و مشکلات پروژه طراحی شده تان را برطرف کنید. می توانید این کار را تا زمانی که به نتیجه دلخواه تان رسیده اید، تکرار کنید.



بوم چہارچوب طراحی گیمیفیکیشن

بوم چهارچوب طراحی گیمیفیکیشن

می توانید از این ابزار برای برنامه ریزی کلی پروژه تان استفاده کنید. در حالیکه ابزارهای دیگری نیز در جعبه ابزار هستند، این بوم باید اساس طراحی شما باشد.

من این بوم را به ترتیب از اولین گام، که تعریف مسئله است آغاز می کنم.

بعد از نسخه قابل چاپ این بوم، یک مثال برای آموزش بهتر استفاده از این ابزار برای شما آماده کرده ام. شما می توانید از ابزارهای دیگر مثل نسخه قابل چاپ سفر بازیکنان برای طراحی ایده های بهتر استفاده کنید اما همیشه یادتان باشد که اساس کار، این بوم است و حداقل خلاصه ای از تمام ایده های تان را در آن بنویسید.

در پایان فرایند طراحی، این بوم باید معیار شما برای پیاده سازی پروژه باشد.

می توانید از این ابزار، طبق میل خودتان و هر طور که راحت تر هستید، استفاده کنید.

تاریخ:

نام گروه:

نام پروژه:

6. انگیزه ها



5. پس زمینه



2. تعریف موفقیت



1. تعریف مسئله



7. احساسات



8. مکانیک ها



3. مشخص کردن بازیکنان



4. تعریف سفر بازیکنان



9. فعالیت ها (دکمه های فراخوان، اعمال، پاداش ها و تغییرات سیستم)



<p>1. تعریف مسئله </p> <p>هدف ما این است که بازیکنان، پرسش های دیگر دوستان شان را پاسخ دهند.</p>	<p>2. تعریف موفقیت </p> <p>۱. کاربر سایت را بیابد. ۲. کاربر سوالش را مطرح کند. ۳. کاربر جواب سوالش را بیابد. ۴. کاربر به سوالات دیگران پاسخ دهد.</p>	<p>5. پس زمینه </p> <p>۱. پرسیدن سوال ۲. پاسخ دادن به سوال ۳. پیشنهاد کردن سایت ما به دیگران</p>	<p>6. انگیزه ها </p> <p>۱. نیاز برای یافتن پاسخ سوالات ۲. احساسات انسان دوستانه که بازیکنان را به پاسخ دادن سوالات دیگران تشویق می کند.</p>
<p>4. تعریف سفر بازیکنان </p> <p>اکتشاف: کمپین های تبلیغاتی، تبلیغات در شبکه های اجتماعی و یوتیوب و تبلیغات مستقیم آموزش: رابط کاربری ساده و ایجاد بخشی برای سوالات رایج. درگیر شدن: کاربران از سوالات خود را مطرح می کنند یا به پرسش دیگران پاسخ می دهند.</p>	<p>3. مشخص کردن بازیکنان </p> <p>تازه واردها و حرفه ای های هر عرصه. می خواهیم بازیکنان برای سوال پرسیدن، محدودیت خاصی نداشته باشند اما افرادی برای پاسخ دادن به این سوالات نیز در سیستم حاضر شوند.</p>	<p>8. مکانیک ها </p> <p>۱. سرمایه گذاری ۲. دستاوردها ۳. پاداش ۴. شبکه اجتماعی ۵. اهداف خیرخواهانه ۶. رای دادن/تشکر کردن ۷. باز کردن قفل ها ۸. دسترسی ۹. رده بندی</p>	<p>7. احساسات </p> <p>۱. می خواهیم پاسخ دهندگان به سوالات از کارشان احساس غرور کنند. ۲. افرادی که سوال می پرسند باید احساس شکرگزاری و امید داشته باشند.</p>
<p>9. فعالیت ها (دکمه های فراخوان، اعمال، پاداش ها و تغییرات سیستم) </p> <p>دکمه های فراخوان: کاربران هنگامی که سوالی مربوط به زمینه علاقه آن ها در سیستم مطرح شد، باخبر می شوند.</p> <p>عمل: کاربران به پرسش ها پاسخ می دهند یا این کار را نمی کنند.</p> <p>بازخورد: اگر پاسخ درست باشد، بازیکن از فردی که سوالش برطرف شده است، بازخورد می گیرد. مثل یک تشکر. آن ها همچنین امتیازهایی دریافت می کنند و به رده «حرفه ای» نزدیک تر می شوند.</p> <p>تغییرات سیستم: بازیکنان به رده خاصی دست می یابند و سپس قابلیت هایی مثل انتشار پست در دسترس شان قرار می گیرد. افرادی که سوالات خوبی می پرسند، دسترسی بهتری به حرفه ای ها دارند.</p>			



تعريف بازیکنان

تعریف بازیکنان

در حالی که فرایند تعریف مسئله و تعریف موفقیت، نسبتاً آشکار و بی نیاز از توضیح هستند، شناختن بازیکنان کار سخت تری است.

در این جعبه ابزار، نمی توان راهکاری برای تحقیق برای بازیکنان ارائه داد که همیشه جواب دهد. به هر حال ابزارهای مختلفی هستند که می توانند به شما کمک کنند تا در این مسیر، برنامه مشخصی داشته باشید.

در این مسیر باید دریابید که بازیکنان چه چیزهایی را می پسندند و چه چیزهایی را نمی پسندند.

باید با تمام جامعه هدف پروژه تان صحبت کنید، نه فقط مشتریان تان.

من از راه اندازی کارگاه های کوچک و صحبت با کاربران متفاوت، لذت می برم. از آن ها بخواهید که خودشان را توصیف کنند و برای انواع بازیکنان، پروژه ها و بازی های مختلفی در این کارگاه ها بسازید. همه این ها کمک می کند تا اطلاعات بیشتری از آن ها به دست آورید و اطلاعات، مهم ترین نکته در این بخش هستند.

درک شخصیت، بازی های مورد علاقه، تفریحات و حس شوخ طبعی بازیکنان تان می تواند به شما کمک کند تا پروژه تان، مسیر درستی را برای هر بازیکن طراحی کند.

سفر بازیکنان از نگاه گیمیفیکیشن

فازهای سفر بازیکنان

اکتشاف

اولین فاز سفر بازیکنان در تجربه گیمیفای شده شما، فاز اکتشاف است. وجود این فاز از ضروریات هر پروژه محسوب می شود؛ زیرا بدون وجود فاز اکتشاف، بازیکنان نمی توانند وارد سیستم شوند.

فاز اکتشاف می تواند یک ایمیل یا یک پوستر یا هر چیز دیگری باشد. بسته به تصمیم شما، نوع آن متفاوت خواهد بود و راهی اجباری برای پیاده کردن این فاز وجود ندارد. فقط باید به خاطر داشته باشید که وجود این فاز، ضروری است.

آشنایی

این فاز، در واقع آماده سازی بازیکنان برای مراحل بعدی و یاد دادن اصول بازی به آن ها است. اگر در این فاز شکست بخورید، بازیکنان به فازهای بعدی نمی روند. این مرحله از مراحل خطرناک طراحی گیمیفیکیشن محسوب می شود و ممکن است بسیاری از کاربران تان را از دست بدهید. باید این فاز را به طور متعادلی بسازید. باید بازیکنان را به اندازه کافی هدایت کنید تا اصول بازی را بیاموزند و بتوانند راه خودشان به فازهای بعدی را بیابند. البته اگر این فاز طولانی شود، بازیکنان فکر می کنند که آن ها را خنگ فرض کرده اید و بازی را ترک می کنند. اعطای پاداش های مختلف به بازیکنان در این فاز می تواند کمک زیادی به شما بکند.

درگیر شدن

بعد از اینکه بازیکنان وارد سیستم شدند و اصول کار را آموختند، نوبت این است که خودشان درگیر بازی شوند. در این فاز، چرخه های مناسب عمل/پاداش ضروری هستند تا بازیکنان را در سیستم نگه دارند.

در این فاز، باید کم کم اتکای تان به پاداش های بیرونی را کم کنید و به بازیکنان کمک کنید تا انگیزه درونی شان در سیستم را پیدا کنند.

چیره دستی

در این فاز، اتفاقات متفاوتی می افتند. ممکن است در این نقطه، سفر بازیکنان به پایان برسد. بازیکن به خط پایان بازی می رسد و همه چیز تمام می شود.

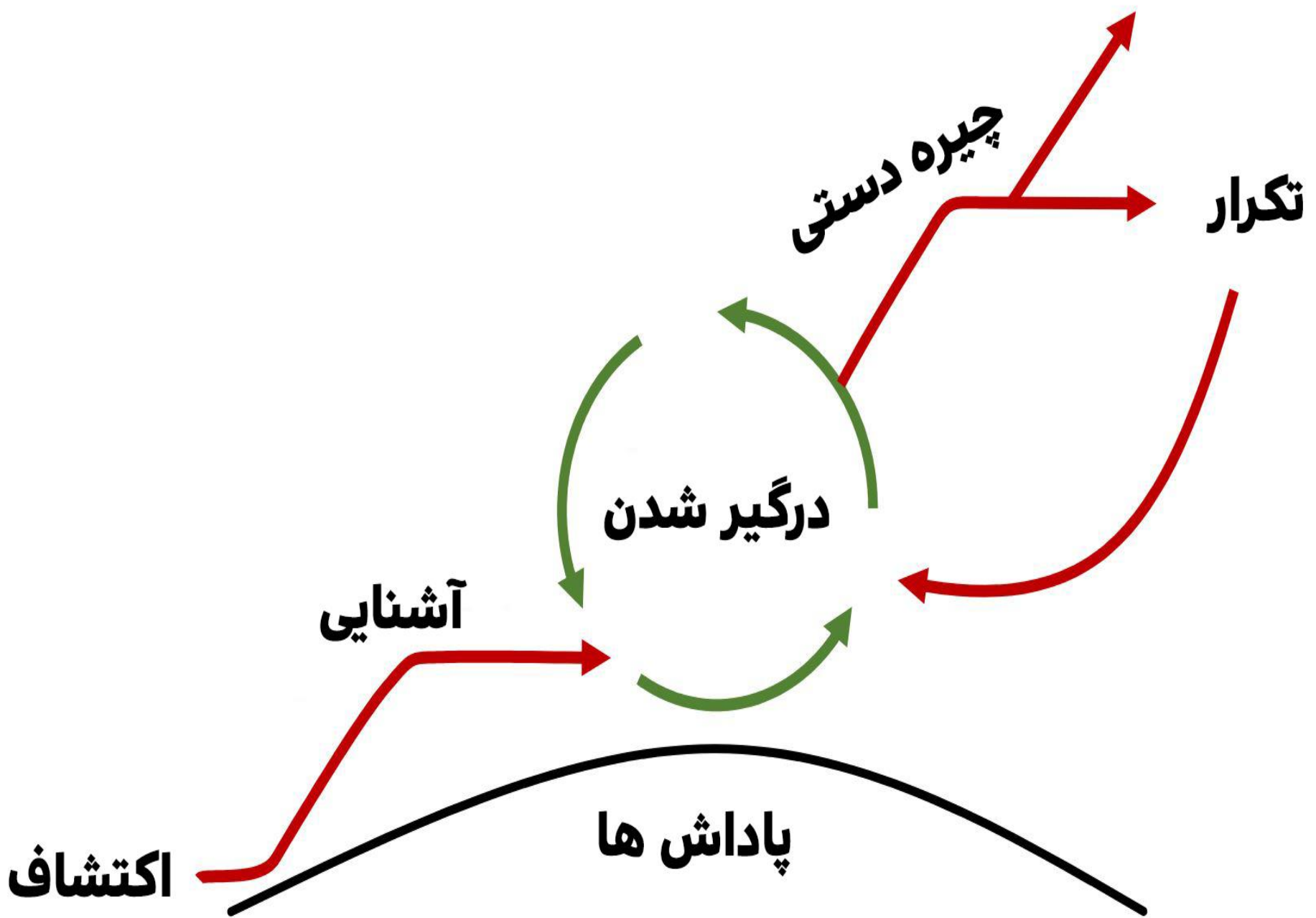
اما این فاز می تواند آغازی برای فاز دیگری باشد؛ مثل کمر بند مشکی در کاراته. بازیکنان توانسته در اولین سفر خود به موفقیت برسند و حالا باید به سفرهای بعدی بروند. هدف بازیکنان دست یابنده، رسیدن به این مرحله است و برای رسیدن به هدف شان، تلاش می کنند. مطمئن شوید که بعد از رسیدن به این مرحله به بازیکنان پاداش می دهید؛ و منظور من فقط امتیازات و نشان ها نیستند!

تکرار

اگر نقطه خاصی برای اتمام سفر بازیکنان تعریف نشده است، باید قابلیت تکرار شدن را در بازی تعبیه کنید. این قابلیت می تواند اشکال متفاوتی داشته باشد. این فاز می تواند فرصتی برای افرادی باشد که بازی را تمام کرده اند؛ فرصتی برای تکرار بازی و بهتر شدن در آن. به بازی هایی فکر کنید که می توانید هر مرحله را با یک، دو یا سه ستاره به پایان برسانید. خیلی ها بعد از اتمام بازی، شروع می کنند به کسب ستاره های بیشتر در هر مرحله.

ممکن است بازیکن به آغاز بازی برگردد و این بار سختی بازی را افزایش دهد. حتی ممکن است تصمیم بگیرند نقش متفاوتی در بازی داشته باشند.

در سیستم هایی که عملکرد آموزشی دارند، حرفه ای ها می توانند سفر جدیدی را به عنوان یک معلم آغاز کنند و به تازه واردها آموزش دهند. می توانید در این بخش بر روی بازیکنان «خیرخواه» تاثیر بگذارید.



4. چیره دستی

3. درگیر شدن

1. اکتشاف

5. تکرار

2. آشنایی

5. تکرار

مکانیک ها

پاداش ها

4. چیره دستی

مکانیک ها

پاداش ها

3. درگیر شدن

مکانیک ها

پاداش ها

2. آشنایی

مکانیک ها

پاداش ها

1. اکتشاف

مکانیک ها

پاداش ها

رفتارها، انگیزه ها، احساسات و مکانیک ها

چهارچوب BMEM

مکانیک ها	احساسات	انگیزه	رفتار
<p>بعد از به اتمام رساندن مراحل قبل می توانید به مکانیک ها فکر کنید. بیندیشید که سیستم شما برای انگیزه دادن به بازیکنان، ایجاد احساسات مختلف در آن ها و هدایت آن ها به سمت رفتارهای مورد نظرتان، چه مکانیک هایی لازم دارد؟ در ادامه اطلاعات بیشتری درباره مکانیک های مختلف بازی سازی به دست می آورید.</p>	<p>می خواهید بازیکنان تان بعد از درگیر شدن با سیستم، چه احساسی داشته باشند؟ ترس، عشق، طنز یا احساس دیگری؟ در صفحه آینده بسیار بیشتر درباره احساسات انسان ها صحبت می کنیم.</p>	<p>چه چیزی می تواند انگیزه بازیکنان را افزایش دهد. درباره این بخش هم اطلاعاتی در فاز تعریف پروژه به دست آورده اید اما هم اکنون باید با عمق بیشتری به این موضوع بپردازید. اگر چهارچوب RAMP را در ذهن داشته باشید، عالی است. پاداش ها را نیز فراموش نکنید و تعادل خوبی بین انگیزه های درونی و بیرونی ایجاد کنید.</p>	<p>از بازیکنان می خواهید چه رفتاری را انجام دهند؟ برخی از این خواسته ها در فاز تعریف پروژه، مشخص شده اند. اما نیاز دارید که کمی بیشتر به این موضوع بپردازید. رفتار فعلی بازیکنان به چه شکل است و رفتار مد نظر شما چطور خواهد بود؟ آیا تغییر زیادی لازم است؟</p>



مدل انگیزشی RAMP

Relatedness

وابستگی

علاقه به روابط اجتماعی

Autonomy

خودمختاری

علاقه به آزادی، انتخاب و خلاقیت

Mastery

چیره دستی

علاقه به یادگیری و پیشرفت و بهترین شدن

Purpose

معنا

وابستگی به هدفی بزرگتر؛ انسان دوستی



احساسات

امید	ترس
شکرگزاری	خشم
لذت	غم
غرور	شرم
شگفتی	اخطار
عشق	نفرت
علاقه	انزجار

احساسات، عواطف و سرگرمی

حین طراحی پروژه های گیمیفیکیشن باید بدانید که می خواهید تجربه بازیکنان از سیستم شما چطور باشد. در اینجا 21 نوع از سرگرمی، احساسات و عواطف مختلف را دسته بندی کرده ایم. بعد از اینکه درباره احساسات خروجی بازیکنان تان تصمیم گرفتید، می توانید با مکانیک های مختلف این احساسات را به وجود بیاورید.

سرگرمی انفرادی تسهیل شده

- داستان سرایی
- پیشرفت: احساس اینکه در راستای یک هدف در حال پیشرفت هستید.
- غرق شدن: باور کردن دنیای خیالی و گم کردن خودتان درون آن
- فانتزی: تخیلات و رویاها

دستاوردهای سرگرم کننده

- کنجکاوی: میل بازیکنان به دانستن اینکه در جعبه چه چیزی قرار دارد، در آینده چه اتفاقی می افتد.
- یادگیری: یادگیری علوم و مهارت های جدید و چیره دستی در آن ها
- حل مسئله: پازل ها اصلی ترین بخش در حل مسئله هستند.
- چالش ها: برآمدن از پس مشکلات و احساس موفقیت

سرگرمی آزاد

- جستجو: چرخ زدن در محیط و آزمایش کردن مرزهای سیستم
- اکتشاف: پیدا کردن چیزهای جدید، می تواند خواسته یا ناخواسته باشد.
- سورپرایز: لذت بردن از پاداشی غیرمنتظره
- خلاقیت: ساختن، اختراع کردن و طراحی

سرگرمی اجتماعی

- خانواده: لذتی که از تعامل با خانواده تان می برید.
- همکاری و تشریک مساعی: تلاش کردن در کنار دیگران برای رسیدن به هدفی مشترک
- رفاقت: لذت وقت گذراندن با دیگران
- رقابت: رقابت کردن با دیگران یا با سیستم
- انسان دوستی: فعالیت هایی بدون توجه به سود شخصی و برای هدفی بزرگ تر

سرگرمی انفرادی تسهیل نشده

- طنز: تعریف این موضوع برای هر فردی، متفاوت است. اما می توان به طور کلی طنز را لطیفه ها و داستان ها و شرایط خنده دار توصیف کرد.
- احساس: لذتی که در حواس فیزیکی مثل بوییدن، فعالیت کردن، لمس کردن یا ورزش هست.
- خوشحالی از بدحالی دیگران
- غرقگی: همانطور که میهای چیکسنت میهای توضیح می دهد، غرقگی به معنای گم کردن خودتان در یک فعالیت است.

جدول تناوبی عناصر گیمیفیکیشن

1 Rr پاداش های تصادفی									2 Fr پاداش های ثابت	3 Td چالش های وابسته به زمان	
4 Ob آشنایی	5 Si تابلوهایی راهنما	6 La نفرت از شکست	7 I سرمایه گذاری					8 Pf پیشرفت/بازخورد	9 T تیم	10 N داستان سرایی	11 C کنجکاوی
12 Tp فشار زمان	13 S نایابی	14 St استراتژی	15 F غرغگی	16 Co عواقب	17 Gt تیم ها	18 Sn شبکه های اجتماعی	19 Ss جایگاه اجتماعی	20 Sd اکتشاف اجتماعی	21 Sp فشار اجتماعی	22 Cm رقابت	
23 Ch چالش ها	24 Ce گواهی ها	25 L یادگیری	26 Q ماموریت ها	27 Lp مراحل و پیشرفت	28 Bb غول مرحله آخر	29 E جستجو	30 Bc تصمیمات شاخه شاخه	31 Ee تخم مرغ عید پاک	32 U آیتم های بازشدنی	33 Ct ابزارهای خلاقیت	
34 Cu شخصی سازی	35 Ap اهداف نوع دوستانه	36 Cg مراقبت کردن	37 A دسترسی	38 Cn کلکسیون	39 Gs هدیه دادن	40 Ks اشتراک دانش	41 P امتیازات	42 Pr جوایز	43 Le جدول برندگان	44 B نشان ها	
		45 Ve اقتصاد مجازی	46 Lo لاتاری	47 Ip پلتفرم های خلاقیت	48 V رای دادن	49 Dt ابزارهای توسعه	50 A ناشناس بودن	51 Lt رویکرد خردمندانه	52 An هرج و مرج		



انواع برنامه ریزی برای اعطای پاداش	عمومی	اجتماعی	دست یابنده	آزادی خواه	خیرخواه	بازیکن	تغییر دهنده
------------------------------------	-------	---------	------------	------------	---------	--------	-------------

عناصر گیمیفیکیشن

عمومی

آموزش دادن: دیگر کسی از برگه های آموزشی استفاده نمی کند! به بازیکنان کمک کنید که سریعتر با سیستم شما آشنا شوند و از فرایندی دقیق و جذاب برای آموزش آن ها استفاده کنید.

تابلو راهنما: گاهی حتی بهترین ها نیز نیاز به راهنمایی دارند. تابلوهای راهنما به بازیکنان کمک می کنند که زودتر قوانین بازی را بیاموزند. باید به موقع این نشانه ها را به بازیکنان نشان دهید.

نفرت از باخت: هیچکس باختن را دوست ندارد. ترس از باختن جایگاه، دوستان، امتیازات، افتخارات، دارایی ها، پیشرفت یا مواردی از این دست، می تواند انگیزه قدرتمندی برای انسان ها باشد تا کار خاصی را انجام دهند.

پیشرفت/بازخورد: پیشرفت و بازخورد به اشکال مختلفی در بازی ها ظاهر می شوند و مکانیک های مختلفی دارند. تمام بازیکنان نیاز دارند که پیشرفت شان را اندازه گیری کنند اما برخی از بازیکنان، بیشتر از دیگران وابسته به این عنصر هستند.

تم: به پروژه تان یک تم اختصاص دهید؛ این تم معمولا به داستان بازی تان ربط دارد. می توانید کمی تخیلات و فانتزی به بازی اضافه کنید. فقط اطمینان حاصل کنید که این داستان ها برای بازیکنان، قابل باور هستند.

داستان سرایی: داستان را به بازیکنان بگویید و بگذارید آن ها هم داستان شان را تعریف کنند. می توانید از گیمیفیکیشن برای ایجاد داستانی تعاملی استفاده کنید. مثل یک نویسنده بیندیشید!

کنجکاوی: کنجکاوی یکی از انگیزه های قدرتمند انسان است. لازم نیست همه چیز را کامل برای بازیکنان توضیح دهید. داستان را کمی رازآلود کنید تا انگیزه بازیکنان را افزایش دهید.

فشار زمان: کاهش دادن فرصت افراد برای انجام دادن فعالیت ها باعث افزایش تمرکز آن ها می شود و همین موضوع می تواند تصمیم بازیکنان در مواقع مختلف را تغییر دهد.

نایابی: چیزی را نایاب کنید تا بازیکنان بیشتر به دنبال آن باشند.

استراتژی: از بازیکنان بخواهید درباره کاری که می کنند، فکر کنند. اینکه چرا دارند این فعالیت را انجام می دهند و خروجی این فعالیت، چه خواهد بود.

غرقگی: ایجاد چالش ها و مراحل با سختی متناسب می تواند بازیکنان را درگیر کند. تعادل، مهم ترین نکته است.

عواقب: اگر بازیکنان اشتباه کنند، عواقب کارشان چه خواهد بود؟ بازی تمام می شود یا از امتیاز بازیکنان کاسته خواهد شد یا اتفاق دیگر خواهد افتاد؟

سرمایه گذاری: وقتی افراد زمان، تلاش، احساسات یا پول شان را بر روی چیزی سرمایه گذاری می کنند، برای آن ارزش بیشتری قائل هستند.

پاداش های تصادفی: بازیکنان را با پاداش های غیرمنتظره، شگفت زده و خوشحال کنید.

پاداش های برنامه ریزی شده: به بازیکنان بر اساس اتفاقات و رویدادهای مختلف، پاداش دهید. این عنصر در فازهای اولیه بازی و برای پاداش دادن به بازیکن بعد از رسیدن به مراحل مختلف، کاربرد زیادی دارد.

پاداش های وابسته به زمان: رویدادهایی که در زمان های مشخصی مثل تولدها می افتند، تنها برای مدت کمی در جریان هستند. بازیکنان باید به موقع حاضر باشند تا پاداش دریافت کنند

بازیکنان

امتیازات: امتیازات و امتیازات تجربه (XP) مکانیک های بازخورد هستند. به وسیله این عناصر می توانید پیشرفت بازیکنان را اندازه گیری کرده و قابلیت های جدیدی برای ان ها باز کنید.

پاداش های فیزیکی و جوایز: این نوع پاداش ها می توانند بازیکنان را به سمت فعالیت های متعددی هدایت کنند و درگیری ذهنی بازیکنان را افزایش دهند. باید حواس تان باشد که هنگام اعطای پاداش، کمیت را بر کیفیت ارجح ندانید.

جدول برندگان: جدول برندگان انواع مختلفی دارند. دو نوع معروف این جدول ها، جدول برندگان مطلق و جدول برندگان نسبی هستند. جدول برندگان معمولا به بازیکنان نشان می دهد که نسبت به دیگران چه جایگاهی دارند.

نشان ها و افتخارات: این عنصر نیز نوعی بازخورد است. به بازیکنان تان برای دستاوردهای شان، پاداش دهید.

اقتصاد مجازی: اقتصادی مجازی بسازید و به بازیکنان اجازه دهید تا ارز مجازی شان را در بازی خرج کنند .

لاتاری: لاتاری ها و بازی های شانسی، راهی هستند که بدون تلاش زیادی از سوی بازیکنان به آن ها پاداش دهید. کافی است در لاتاری شرکت کنید تا شانس برنده شدن داشته باشید.

تغییر دهندگان

پلتفرم های خلاقیت: تغییر دهندگان می خواهند خارج از چهارچوب و مرزهای سیستم فکر کنند. به آن ها مسیری را معرفی کنید که بتوانند خلاقیت های شان را پیاده کنند.

رای دادن: بگذارید بازیکنان در سیستم، حق رای داشته باشند.

ابزارهای توسعه: بازیکنان را به سمت اصلاح و توسعه سیستم تان هدایت کنید تا به فکر هک کردن و تخریب سیستم نباشند. به آن ها اجازه دهید تا برخی قابلیت های سیستم را خودشان طراحی کنند.

ناشناس بودن: اگر می خواهید آزادی کامل ایجاد کنید به بازیکنان تان اجازه دهید تا ناشناس باقی بمانند. خیلی خیلی مراقب باشید؛ زیرا ناشناس بودن، ممکن است باعث می شود انسان ها بدترین چهره خودشان را نشان دهند.

رویکرد خردمندانه: اگر می خواهید در کنار قوانین سیستم تان، آزاداندیشی و تغییر سیستم را نیز تشویق کنید، این کار را با رویکردی خردمندانه انجام دهید. قبل از اینکه مهره ای را حرکت دهید، به عواقب آن بیندیشید و همیشه مراقب سیستم تان باشید و به بازخورد کاربران توجه کنید.

هرج و مرج: گاهی نیاز دارید که تمام سیستم تان را نابود کرده و همه چیز را از اول آغاز کنید. گامی رو به عقب بردارید، کتاب قوانین سیستم تان را به بیرون پرت کنید و منتظر آینده باشید! شاید بد نباشد که گاهی در بخش هایی از سیستم تان، قانونی حکفرما نباشد.

اجتماعی

تیم ها: به بازیکنان اجازه دهید که تیم بسازند. گروه های کوچک می توانند از گروه های بزرگ و پرهرج و مرج، بازده بیشتری داشته باشند. پلتفرم هایی برای همکاری بازیکنان بسازید و اجازه دهید تیم ها با یکدیگر رقابت کنند.

شبکه های اجتماعی: به بازیکنان اجازه دهید با یکدیگر ارتباط داشته باشند و یک شبکه اجتماعی ساده و قابل دسترس بسازید. بازی کردن در کنار دیگر بازیکنان می تواند جذاب تر از تنها بازی کردن باشد.

جایگاه اجتماعی: جایگاه اجتماعی می تواند باعث شود تا بازیکنان، بیشتر در معرض توجه قرار بگیرند و روابط جدیدی را آغاز کنند. می توانید برای استفاده از این عنصر از مکانیک های بازخورد مثل جدول برندگان یا گواهی ها استفاده کنید.

جستجوی اجتماعی: اگر می خواهید بازیکنان تان با بازیکنان جدید، ارتباط برقرار کنند، حتما باید راهی برای پیدا شدن و پیدا کردن در سیستم تعبیه کنید. می توانید بازیکنان را بسته به علایق و جایگاه شان با یکدیگر آشنا کنید.

فشار اجتماعی: بازیکنان معمولا دوست ندارند که فردی عجیب باشند. در فضایی اجتماعی، این عنصر می تواند بازیکنان را به سمت متفاوت بودن نسبت به دوستان شان وفق دهد.

رقابت: رقابت به بازیکنان این فرصت را می دهد تا خودشان را برابر دیگران ثابت کنند. بازیکنان می توانند در این رقابت ها جایزه نیز برنده شوند. البته رقابت می تواند جایی برای پیدا کردن دوستان جدید نیز باشد.

آزادی خواه

جستجو: به بازیکنان آزادی خواه، فضایی دهید تا آزادانه جستجو کنند. اگر در حال ساخت سرزمینی مجازی هستید، در نظر داشته باشید که آزادی خواه های برای پیدا کردن مرزهای سیستم، تلاش خواهند کرد. به آن ها این اجازه را بدهید.

انتخاب های شاخه شاخه: به بازیکنان اجازه دهید که مسیر و سرنوشت شان را انتخاب کنند. یادتان باشد که انتخاب بازیکنان باید تاثیرگذار باشد؛ یا حداقل بازیکنان چنین حسی داشته باشند.

تخم مرغ های عید پاک: این عنصر، راهی جذاب و سرگرم کننده برای پاداش دادن و شگفت زده کردن بازیکنان است. سیستم را جستجو کنید تا این تخم مرغ ها را بیابید؛ زیرا این تخم مرغ ها پر از جایزه هستند.

آیتم های بازشدنی: چنین آیتم هایی را در سیستم به صورت قفل شده یا پنهان قرار دهید؛ آزادی خواه های برای کسب آن ها تلاش خواهند کرد. این آیتم ها معمولا با تخم مرغ های عید پاک و نشان ها ارتباط زیادی دارند.

ابزارهای خلاقیت: به بازیکنان اجازه دهید تا محتوای شخصی شان را بسازند و خودشان را ابراز کنند. این کار می تواند با اهداف شخصی باشد یا با هدف کمک به دیگران.

شخصی سازی: به بازیکنان اجازه دهید تا تجربه های شان را شخصی سازی کنند. از آواتارها گرفته تا محیط بازی، به آن ها اجازه بدهید تا با انتخاب های شان خودشان را ابراز نمایند .

دست یابنده

چالش ها: چالش ها به شما کمک می کنند تا بازیکنان را درگیر کنید، توانایی های شان را بسنجید و به آن ها اجازه دهید تا مهارت های شان را نشان دهند. رد کردن چالش ها باعث می شود تا احساس موفقیت در بازیکنان ایجاد شود.

گواهی ها: این نوع جوایز با پاداش های رایج، فرق می کنند. گواهی ها، سمبل هایی فیزیکی هستند که موفقیت بازیکنان را نشان می دهند.

یادگیری: آیا برای حرفه ای شدن در یک سیستم، راهی بهتر از یادگیری وجود دارد؟ به بازیکنان تان فرصت یادگیری و توسعه را بدهید.

ماموریت ها: ماموریت ها به بازیکنان، اهدافی ثابت می دهند تا دنبال کنند. معمولاً ماموریت ها از مجموعه ای به هم پیوسته از چالش ها به وجود می آیند و احساس موفقیت را چند برابر می کنند.

مراحل: مراحل و اهداف به شما کمک می کنند تا نقشه از پیشرفت بازیکنان در سیستم داشته باشید.

غول مرحله آخر: این مراحل، فرصتی هستند تا تمام درس هایی که آموخته اید را در یک صحنه استفاده کنید. معمولاً این نبردها از تمام شدن سفر خبر می دهند؛ و آغاز سفری جدید.

خیرخواه

اهداف نوع دوستانه: برخی بازیکنان نیاز دارند که معنا و هدف کارهای شان را بدانند و برخی دیگر نیز نیاز دارند که احساس کنند در چهارچوبی بزرگ تر هستند و برای هدفی بزرگ تر تلاش می کنند.

مراقبت: مراقبت کردن از دیگر بازیکنان می تواند بسیار جذاب باشد. نقش هایی برای ادمین ها، ناظران، مربیان و غیره بسازید.

دسترسی: دسترسی یافتن به قابلیت ها و آیتم های جدید در سیستم می تواند به این دسته از بازیکنان کمک کند تا به نحو جدیدی به دیگران یاری برسانند. آن ها بعد از فرایند، احساس باارزش بودن می کنند.

کلکسیون: خیلی از بازیکنان عاشق جمع آوری کلکسیون ها هستند. به آن ها اجازه دهید تا اقلام خاصی را جمع آوری کنند. این کار باعث می شوند تا بازیکنان، روابطی جدید بیابند و احساس معنا داشته باشند.

هدیه دادن: به بازیکنان اجازه دهید تا موفقیت های شان را با یکدیگر تقسیم کنند.

تقسیم دانش: برای برخی از بازیکنان به اشتراک گذاشتن دانش شان با دیگران، نوعی موفقیت است.

چرخه های اقدام و بازخورد

چرخه های اقدام و بازخورد

همزمان با برنامه ریزی فازهای مختلف سفر بازیکنان تان باید چرخه های اقدام/پاداش را نیز در نظر داشته باشید. این چرخه ها چهار مرحله متفاوت دارند: دکمه های فراخوان، اقدام، بازخورد و تغییر وضعیت.

با اینکه در طراحی تان، الزامی به چاپ کردن این برگه را ندارید اما در نظر داشتن این فرایند می تواند به شما کمک کند.

فراخوان: فراخوان ها، راهنمایی ها یا پیشنهادهایی که در آغاز یک چالش یا سفر به بازیکنان تان می دهید.

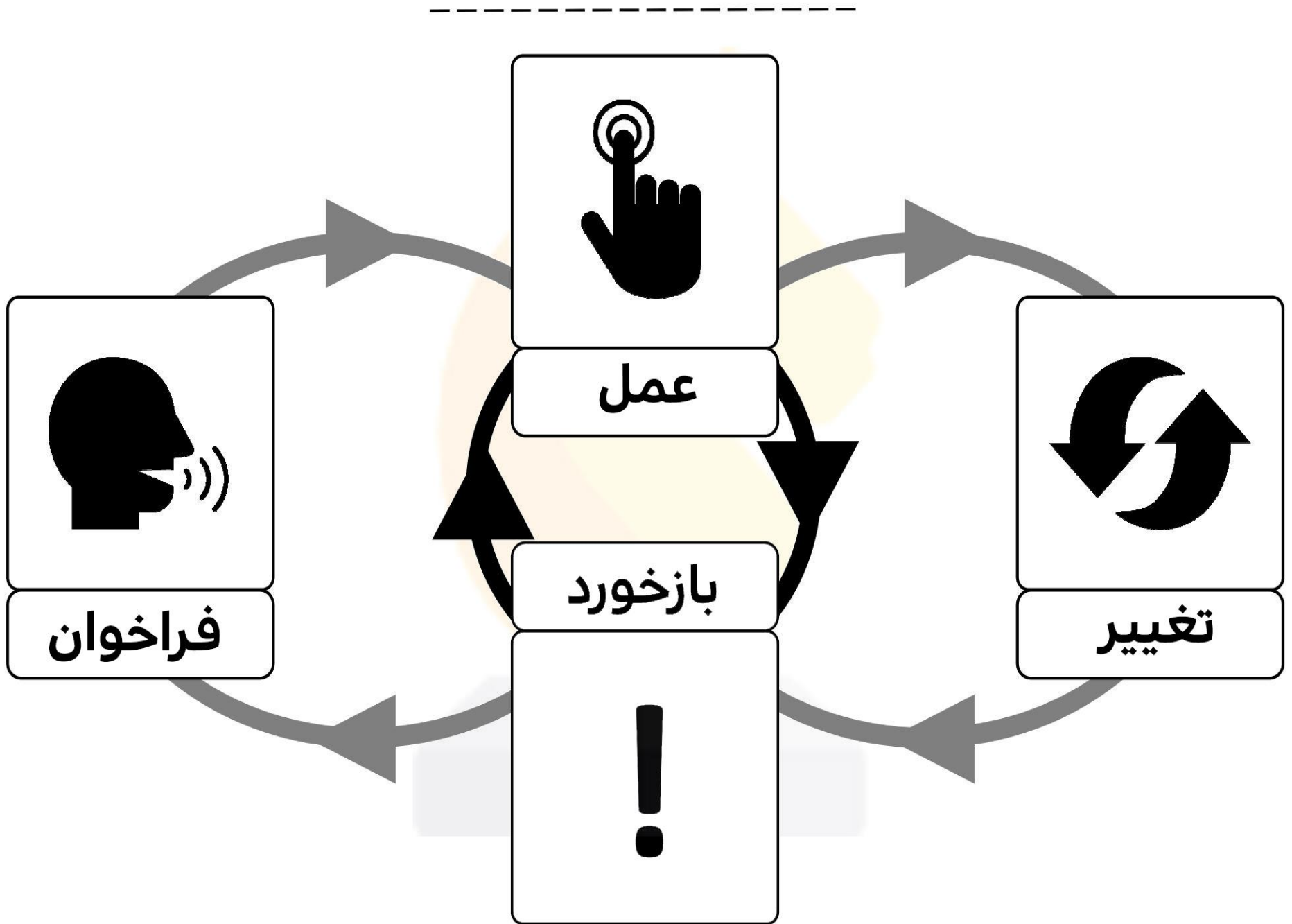
اقدام بازیکن: فعالیتی که بازیکن بعد از دریافت فراخوان انجام می دهد، این مرحله را شکل می دهد.

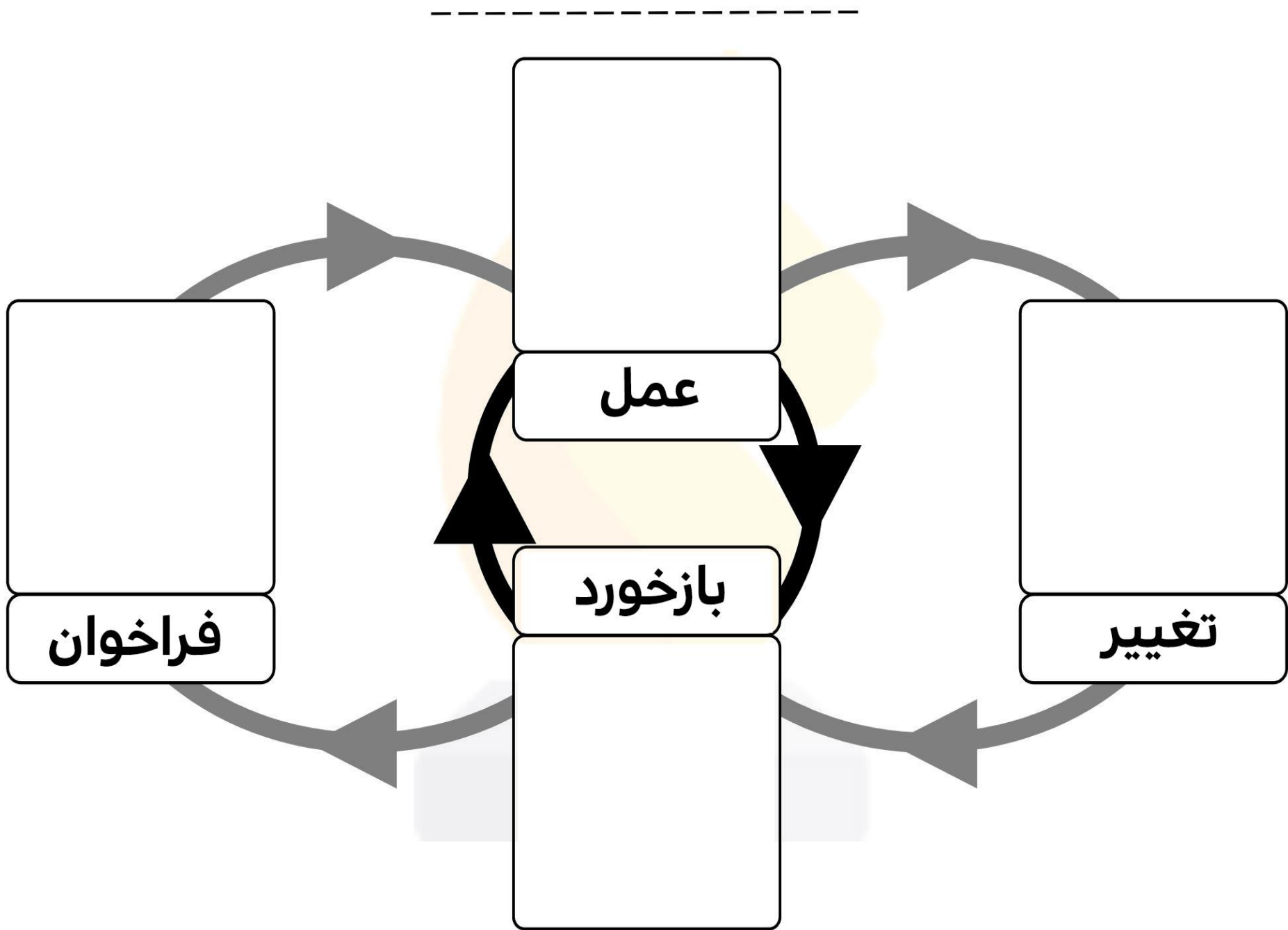
بازخورد: هنگامی که بازیکن در حال انجام فعالیت است، باید به او بازخورد دهیم. مثلا در یک قدم زدن، این بازخورد می تواند تشویق بازیکن به ادامه دادن مسیر باشد؛ یا اطلاعاتی درباره مسیری که طی کرده است.

چرخه: بازخوردها منجر به تقویت اقدامات در بازیکنان می شود و اقدام بیشتر منجر به بازخورد بیشتر می شود.

تغییر وضعیت: در نهایت لازم است که چیزی در سیستم تغییر کند تا بازیکن را درگیر نگه دارد. مثلا در مثال قدم زدن، می توانیم مسیرهای طولانی تر یا متفاوتی را برای بازیکن انتخاب کنیم. معمولا در بازی ها بعد از مدتی، سختی بازی افزایش می یابد.

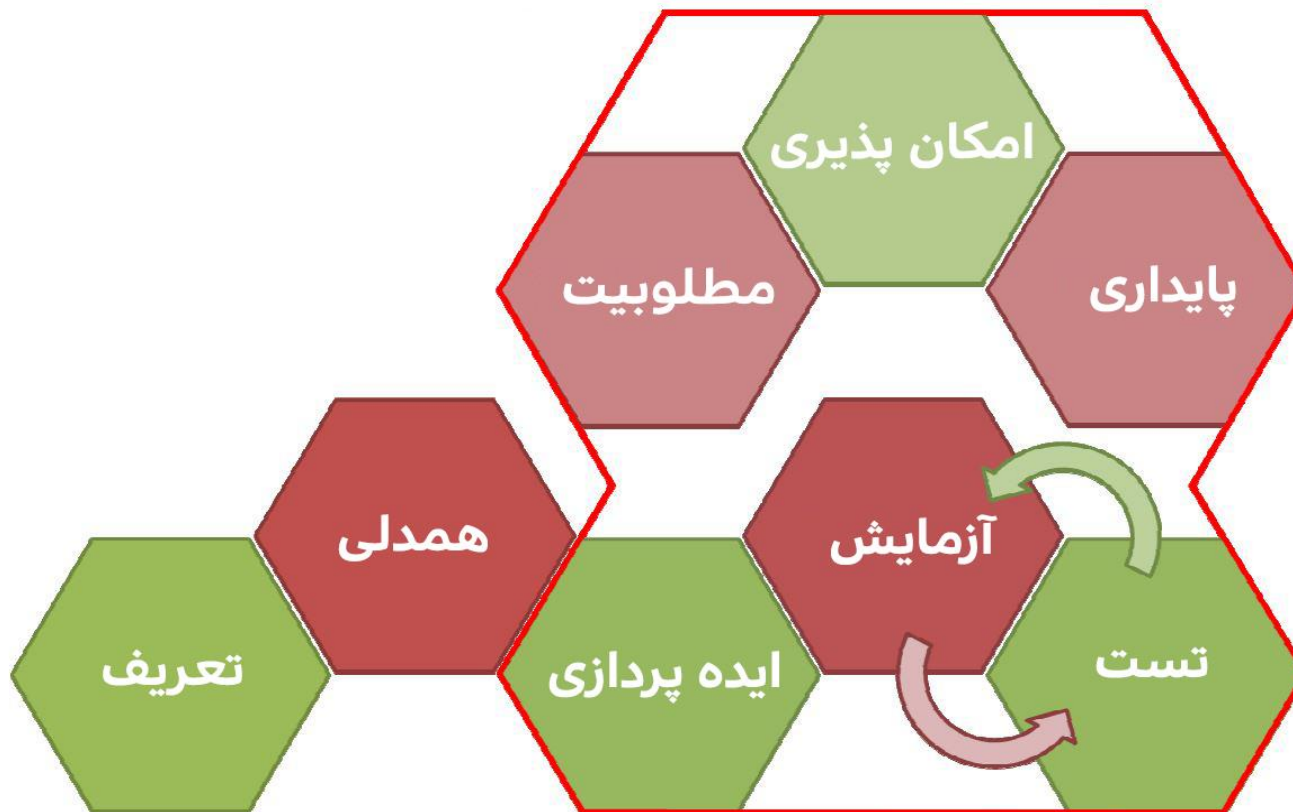
تغییر وضعیت در نهایت می توانند به فراخوان های جدیدی منجر شوند تا بازیکن را وارد سفر جدیدی کنند. البته می توانیم به همان چرخه های قبلی اقدام و بازخورد نیز باز گردیم.





محتوای تشویقی

ایده پردازی در طراحی گیمیفیکیشن



آقای گیمیفیکیشن

تعریف

مسئله را تعریف و درک کنید. معمولاً توضیحات اولیه، مسئله واقعی را مطرح نمی کنند. بارها و بارها از خودتان سوال کنید تا سوال واقعی را بیابید.

همدلی

با بازیکنانی که در سیستم تان درگیر هستند، همدلی کنید و خودتان را جای آن ها بگذارید. به این فکر کنید که به دنبال چه سبکی از بازیکنان هستید یا بازیکنان سیستم شما چه کسانی هستند و چرا از سیستم استفاده می کنند.

ایده پردازی

ایده پردازی کنید! راه حل هایی برای مشکل بیابید و آن ها را بررسی کنید. سه پارامتر جذابیت (مطلوبیت)، ممکن بودن و پایدار بودن را بسنجید.

آزمایش

بهترین ایده های تان را آزمایش کنید. نسخه های آزمایشی بسازید و این کار را تکرار کنید تا به نتیجه ای ارزشمند برسید.

تست

نسخه های آزمایشی خودتان را تست کنید. نسخه های آزمایشی بیشتری بسازید (مرحله آزمایش) و آن ها را بیشتر تست کنید (مرحله تست).



اکتشاف

آشنایی

درگیر شدن

چیره دستی

تکرار



چهارچوب هگزاد برای بررسی انواع بازیکنان

اجتماعی: این افراد به وسیله وابستگی و معاشرت انگیزه پیدا می کنند و به دنبال پیدا کردن ارتباط اجتماعی هستند و عاشق قسمت هایی از سیستم شما می شوند که این امکان را برای آن ها فراهم می کند. این دسته کسانی هستند که سفیر برند شما خواهند بود.

آزادی خواه: این افراد به وسیله خودمختاری و صحبت از عقاید و افکارشان انگیزه پیدا می کنند آن ها به دنبال خلق کردن و جست و جو هستند. این افراد دو زیر شاخه دارند؛ زیر شاخه اول خالق ها و دومی جست و جوگر ها. خالق ها به دنبال این هستند که چیزهای جدیدی بسازند؛ آن ها دوست دارند محتوای مربوط به خود را بسازند و به دنبال بیان خود و خودمختاری هستند. به همین دلیل پدیده انتخاب برای آن ها بسیار مهم است. از طرف دیگر جست و جوگرها دنبال بررسی سیستم هستند و دوست ندارند به وسیله سیستم محدود شوند.

دست یابنده: این افراد به وسیله تسلط و چیره دستی انگیزه پیدا می کنند. آن ها تلاش می کنند چیزهای جدیدی بیاموزند و خود را بهتر کنند و به دنبال حل چالش هستند. آن ها دوست دارند در مطالبی که می خوانند ۱۰۰ درصد تسلط داشته باشند.

خیرخواه: این افراد به وسیله هدف و معنا انگیزه پیدا می کنند. جوانمردی، کارهای خیریه و غیره در این دسته قرار می گیرند. این افراد دنبال این هستند که به دیگران نفع برسانند و در ازای آن به فکر پاداش نیستند. این افراد می خواهند جزئی از چیزی بزرگ تر از خود باشند.

تغییر دهنده: این افراد به وسیله تغییر انگیزه پیدا می کنند. به صورت کلی این افراد دنبال تغییر دادن سیستم شما هستند و دوست دارند صدای شان شنیده شود.



بررسی انواع بازیکنان با چهارچوب هگزاد

تغییر دهنده



چطور می توانم سیستم را نابود کنم؟
چطور می توانم دیگران را آزار دهم؟
چطور می توانم سیستم را بهبود دهم؟
چطور می توانم شنیده شوم؟

آزادی خواه



آیا می توانم خلاق باشم؟
آیا می توانم راه خودم را دنبال کنم؟
آیا مرا به خاطر جستجو کردن تشویق می کنند؟
آیا چیزی برای پیدا کردن وجود دارد؟

دست یابنده



چه چیزی مرا به چالش می کشد؟
چطور می توانم مهارت های جدید بیاموزم؟
در نهایت باید چه مهارت هایی داشته باشم؟
چطور می توانم موفق شوم؟

خیرخواه



چطور می توانم به دیگران کمک کنم؟
چطور می توانم دیگران را خوشحال کنم؟
چطور می توانم به دیگران هدیه دهم؟

اجتماعی



چطور می توانم ارتباط برقرار کنم؟
چطور می توانم همکاری کنم؟
چطور می توانم با دوستانم بازی کنم؟
چطور می توانم با همفکرانم، ارتباط برقرار کنم؟

بازیکن



چه سودی به من می رسد؟
چطور می توانم برنده شوم؟
راحت ترین راه چیست؟
چطور می توانم به خواسته هایم برسم؟



درباره مترجم

علی اختری، گیمیفیکیشنستی پانزده ساله است و از سال 1395 تاکنون، در این زمینه مطالعه، تحقیق و فعالیت می کند.

علی با وجود سن کم خود، در پروژه های متعددی نقش مشاور گیمیفیکیشن را برعهده داشته است. البته تمرکز او بیشتر بر پروژه های بین المللی بوده. وی با پروژه های بزرگی از جمله **FITology** از هند و **Cooperacy** از ایتالیا مشارکت کرده است و همچنین در **تالیف راهبردهای آموزشی گیمیفیکیشن** با انجمن جهانی توسعه دهندگان بازی (IGDA) همکاری کرد.

علی اختری، **هم بنیان گذار سایت آقای گیمیفیکیشن** است که هم اکنون، نه تنها بزرگ ترین مرکز گیمیفیکیشن در ایران محسوب می شود، بلکه یکی از بزرگ ترین بلاگ های گیمیفیکیشن در جهان است. او با سایت ورزشی طرفداری (شبکه اجتماعی ورزشی) هم همکاری می نمود.

علی همچنین از برترین تولید کنندگان محتوای گیمیفیکیشن در جهان است و طبق آمار سایت Klout در هنگام نگارش این متن (اسفند 96) او جزو **1.6 درصد برترین گیمیفیکیشنست های جهان** قرار دارد. طبق آمار سایت Rise حین نگارش این متن، علی در بین مشاوران گیمیفیکیشن جهان، **رتبه سی و ششم** را در اختیار دارد. در حال حاضر علی اختری، **تنها دارنده مدرک اکتالیسیس** (معتبرترین مدرک گیمیفیکیشن در دنیا) در ایران است. هم اکنون تنها هفتاد و نه نفر در جهان موفق به اخذ این مدرک شده اند.



درباره نویسنده

آندرز مارچوسکی از سال 2011 در زمینه گیمیفیکیشن فعالیت می کند و در پروژه های متعدد طراحی بازی و گیمیفیکیشن، حضور داشته. او همچنین کتابی تحت عنوان **«حتی میمون های نیجا هم بازی کردن را دوست دارند»** در زمینه گیمیفیکیشن نوشته است.

آندرز از سال 2000 به عنوان توسعه دهنده وب مشغول به کار است و علاقه های واقعی او، بازی کردن و گیتار نواختن هستند.

طبق آمار سایت Rise، آندرز مارچوسکی در بین سه مشاور برتر گیمیفیکیشن در جهان قرار دارد. وی هم اکنون از تاثیرگذارترین تولیدکنندگان محتوا در زمینه گیمیفیکیشن است و مخاطبان زیادی در سرتاسر جهان دارد.

پایان

درگیر شدن

آشنایی

چیره دستی

تکرار

اکتشاف

پاداش ها

