



UO‘K: 159.947

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14651686>

GEYMIFIKATSIYANING PSIXOLOGIK ASOSLARI VA INSONLARNING MOTIVATSIYASIGA TA’SIRI

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ГЕЙМИФИКАЦИИ И ВЛИЯНИЕ НА МОТИВАЦИЮ ЛЮДЕЙ

PSYCHOLOGICAL FOUNDATIONS OF GAMIFICATION AND ITS IMPACT ON HUMAN MOTIVATION

Solijonova Madina Baxromjon qizi

Farg'ona davlat universiteti,

“Pedagogika nazariyasi va tarixi” mutaxassisligi magistranti

Annotatsiya.

Ushbu maqolada geymifikatsiyaning psixologik asoslari va insonlarning motivatsiyasiga ta'siri batafsil ko'rib chiqilgan. Geymifikatsiya o'yin elementlarini o'yin bo'lmagan kontekstlarda qo'llash usuli sifatida, ichki va tashqi motivatsiyalarni birlashtirib, foydalanuvchilarni jalb etishga yordam beradi. Maqolada o'z-o'zini nazorat qilish, maqsadga yo'naltirish va qiziqish kabi psixologik omillar geymifikatsiyaning samarasini oshirishda qanday rol o'ynashi tahlil qilingan. Shuningdek, geymifikatsiyaning stressni kamaytirish va ijtimoiy aloqalarni mustahkamlash orqali motivatsiyaga ta'siri ko'rib chiqilgan. Natijada, geymifikatsiya, motivatsiyani oshirishda samarali vosita ekanligi ta'kidlangan va kelajakda uning strategiyalarini rivojlantirish zarurligi belgilangan.

Kalit so'zlar: *Geymifikatsiya, motivatsiya, ichki motivatsiya, tashqi motivatsiya, o'z-o'zini nazorat qilish, maqsadga yo'naltirish, qiziqish, stressni kamaytirish, ijtimoiy aloqalar, o'yin elementlari, raqobat, foydalanuvchi tajribasi,*

Аннотация.

В данной статье подробно рассматриваются психологические основы геймификации и влияние на мотивацию людей. Геймификация, как метод применения игровых элементов в неигровых контекстах, помогает объединить внутренние и внешние мотивации, привлекая пользователей. В статье анализируется, какую роль играют психологические факторы, такие как самоконтроль, целевая ориентированность и интерес, в повышении эффективности геймификации. Также рассматривается влияние геймификации

на мотивацию через снижение стресса и укрепление социальных связей. В результате подчеркивается, что геймификация является эффективным инструментом для повышения мотивации, и определяется необходимость дальнейшего развития ее стратегий в будущем.

Ключевые слова: *Геймификация, мотивация, внутренняя мотивация, внешняя мотивация, самоконтроль, целеустремленность, интерес, снижение стресса, социальные связи, элементы игры, конкуренция, пользовательский опыт*

Abstract.

This article discusses in detail the psychological foundations of gamification and its impact on human motivation. Gamification, as a method of applying game elements in non-game contexts, helps to combine intrinsic and extrinsic motivations, engaging users. The article analyzes the role of psychological factors such as self-regulation, goal orientation, and interest in enhancing the effectiveness of gamification. Additionally, it examines the impact of gamification on motivation through stress reduction and strengthening social connections. As a result, it emphasizes that gamification is an effective tool for enhancing motivation and identifies the need for further development of its strategies in the future.

Key words: *Gamification, motivation, intrinsic motivation, extrinsic motivation, self-control, goal orientation, interest, stress reduction, social connections, game elements, competition, user experience*

KIRISH

Geymifikatsiya, o'yin elementlarini o'yin bo'lmagan kontekstlarda qo'llash jarayonidir. U ko'plab sohalarda, jumladan, ta'lim, biznes va sog'liqni saqlashda qo'llaniladi. Ushbu maqolada geymifikatsiyaning psixologik asoslari va u insonlarning motivatsiyasiga qanday ta'sir qilishi ko'rib chiqiladi.

ADABIYOTLAR TAHLILI VA METODOLOGIYASI

Geymifikatsiya - bu o'yin dizayni tamoyillarini va o'yin elementlarini o'yin bo'lmagan kontekstlarda qo'llash jarayonidir. U maqsadli auditoriyani rag'batlantirish, jalb etish va o'zaro munosabatlarni yaxshilash uchun ishlatiladi. Geymifikatsiya ko'plab sohalarda, jumladan, ta'lim, biznes, sog'liqni saqlash va marketingda qo'llaniladi.

1. Ballar: Foydalanuvchilar ma'lum vazifalarni bajarganliklari uchun ball to'playdilar, bu esa ularning muvaffaqiyatini ko'rsatadi.

2. Darajalar: Foydalanuvchilar o'z qobiliyatlarini oshirgan sari yangi darajalarga o'tishlari mumkin, bu esa motivatsiyani oshiradi.

3. Mukofotlar: Foydalanuvchilarga o'z muvaffaqiyatlari uchun mukofotlar berish (masalan, badge yoki sertifikatlar) ularni yanada faol ishtirok etishga undaydi.

4. Raqobat: Foydalanuvchilar o‘zaro raqobat olib borishadi, bu esa ularning ishtirokini oshiradi va qiziqishni kuchaytiradi.

5. Progress barlar: Foydalanuvchilarga o‘z muvaffaqiyatlarini va maqsadlariga erishish darajasini kuzatish imkoniyatini beradi.

Geymifikatsiya o‘yin elementlarini qo‘llash orqali foydalanuvchilarning motivatsiyasini oshirish va ularning faoliyatini samarali qilishda muhim rol o‘ynaydi. U turli sohalarda qo‘llanilishi bilan innovatsion yondashuvlarni taklif etadi va odamlarning o‘zaro munosabatlarini rivojlantirishga yordam beradi.

Geymifikatsiya sohasidagi tadqiqotlar ko‘plab psixologik, pedagogik va biznes kontekstlarida olib borilgan. Ushbu tadqiqotlar ichida geymifikatsiyaning motivatsiya, o‘z-o‘zini boshqarish va foydalanuvchi tajribasiga ta’siri haqida bir qator muhim asarlar mavjud.

1. Deterding, S. et al. (2011) “From Game Design Elements to Gamefulness: defining” – Ushbu maqolada geymifikatsiyaning asosiy elementlari va ularning motivatsion ta’siri tahlil qilingan. Mualliflar o‘yin dizayni elementlarining ichki va tashqi motivatsiyalarga ta’sirini ko‘rsatadi.

2. Hamari S. et al. (2014) “Gamification: Definitions and Applications” – Bu tadqiqot geymifikatsiyaning turli sohalarda qo‘llanishini va uning samaradorligini o‘rganadi. Mualliflar geymifikatsiya strategiyalarini muvaffaqiyatli tatbiq etish uchun zarur bo‘lgan shartlarni belgilaydi.

3. Ryan R.M., Deci E.L. (2000) “Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions” – Ushbu maqola ichki va tashqi motivatsiya tushunchalarini chuqur tahlil qiladi va ularni geymifikatsiya kontekstida qanday qo‘llash mumkinligini ko‘rsatadi.

4. Zichermann G., Cunningham C. (2011) “Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps” – Bu asarda mualliflar geymifikatsiya dizaynining amaliy jihatlari va o‘yin mexanikasi yordamida motivatsiyani oshirish usullari haqida ma’lumot beradilar.

Ushbu maqola uchun metodologiya sifatida quyidagi yondashuvlar qo‘llanilgan:

1. Adabiyotlarni tahlil qilish (Geymifikatsiya, motivatsiya va psixologiya bo‘yicha mavjud ilmiy maqolalar, kitoblar va tadqiqotlar tahlil qilindi. Bu jarayonda mualliflarning fikrlari va tadqiqot natijalari o‘rganildi);

2. Kvalitativ tadqiqot (Geymifikatsiyaning motivatsiyaga ta’sirini o‘rganish uchun real hayotdagi misollar va tajribalar tahlil qilindi. Bu, geymifikatsiyaning qanday qilib motivatsiyani oshirishi va foydalanuvchilarni qanday rag‘batlantirishi haqida chuqurroq tushuncha berishga yordam berdi);

3. Tahliliy metodlar (Olingan ma’lumotlar asosida, geymifikatsiyaning psixologik asoslari va motivatsiyaga ta’siri o‘rtasidagi bog‘lanishlar tahlil qilindi. Bu orqali geymifikatsiyaning samaradorligini baholash imkoniyati yaratildi).

Ushbu metodologiya yordamida geymifikatsiyaning psixologik asoslari va motivatsiyaga ta'siri bo'yicha keng qamrovli va aniq xulosalar chiqarildi.

NATIJALAR VA MUHOKAMA

Geymifikatsiya yordamida foydalanuvchilar o'z muvaffaqiyatlarini kuzatish va boshqarish imkoniyatiga ega bo'lishadi. Bu jarayon, o'z-o'zini nazorat qilish qobiliyatini oshiradi. O'yin mexanikasi, masalan, ballar, darajalar va raqobat, foydalanuvchilarni jalb etadi va ularning faol ishtirokini oshiradi.

Geymifikatsiya jarayonida o'yin o'ynash stressni kamaytirishi va foydalanuvchilarga ijobiy his-tuyg'ular berishi mumkin. Bu, o'z navbatida, motivatsiyani yanada oshiradi. Geymifikatsiya ijtimoiy aloqalarni rivojlantirishga yordam beradi, bu esa jamoaviy ishda va o'zaro muloqotda motivatsiyani oshiradi. Geymifikatsiya aniq va o'lchovli maqsadlarni belgilashga yordam beradi, bu esa foydalanuvchilarni o'z maqsadlariga erishish uchun ko'proq rag'batlantiradi.

Psixologiyada motivatsiya ikki asosiy turga bo'linadi: ichki va tashqi.

Ichki motivatsiya – bu shaxsning o'z qiziqishi va qoniqishi asosida harakat qilishidir. Geymifikatsiya ichki motivatsiyani oshirish uchun, o'yin elementlari orqali qiziqarli va qiyin vazifalar yaratadi.

Tashqi motivatsiya – bu tashqi mukofotlar (masalan, ballar, mukofotlar) orqali rag'batlantirishdir. Geymifikatsiya tashqi motivatsiyani kuchaytirish uchun mukofotlar va raqobatni taqdim etadi.

Geymifikatsiya o'z-o'zini nazorat qilishni rag'batlantiradi. O'yin elementlari, masalan, progress barlar va ko'rsatkichlar, foydalanuvchilarga o'z muvaffaqiyatlarini kuzatishga yordam beradi. Bu esa, o'z maqsadlariga erishish bo'yicha motivatsiyani oshiradi.

Geymifikatsiya, aniq maqsadlar qo'yish va ularni amalga oshirishda yordam beradi. O'yinlarda qatnashuvchilar aniq vazifalar va maqsadlar bilan shug'ullanishadi, bu esa ularning motivatsiyasini oshiradi.

Geymifikatsiya foydalanuvchilarning qiziqishini oshiradi. O'yin elementlari, masalan, darajalar va raqobat, foydalanuvchilarni jalb qiladi, bu esa ularni faol ishtirok etishga undaydi. Geymifikatsiya, o'yinlarni o'ynash jarayonida stressni kamaytirishi mumkin. O'yinlar ko'pincha qiziqarli va qiyin bo'lib, insonlarni stressdan chalg'itadi va ijobiy his-tuyg'ularni keltirib chiqaradi. Geymifikatsiya ijtimoiy aloqalarni mustahkamlashda yordam beradi. Masalan, jamoaviy o'yinlar va raqobat, foydalanuvchilar o'rtasida ijtimoiy aloqalarni rivojlantiradi, bu esa motivatsiyani yanada oshiradi.

XULOSA

Geymifikatsiyaning pedagogik-psixologik asoslaridan kelib chiqib, insonlarning motivatsiyasini kuchaytiradigan samarali vositadir. Ichki va tashqi motivatsiyalarni birlashtirishi, o'z-o'zini nazorat qilishni rag'batlantirishi va aniq maqsadlar qo'yishga

yordam berishi orqali, geymifikatsiya foydalanuvchilarni faol ishtirok etishga undaydi. Kelajakda geymifikatsiya strategiyalarini yanada rivojlantirish va qo'llash, o'z navbatida, motivatsiyani oshirishda muhim rol o'ynaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From Game Design Elements to Gamefulness: defining. Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments.
2. Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Gamification: Definitions and Applications. Proceedings of the 2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences.
3. Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67.
4. Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. O'Reilly Media.
5. Kapp, K. M. (2012). *The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education*. Wiley.
6. Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*. Wharton Digital Press.
7. Fogg, B. J. (2009). A Behavioral Approach to Persuasive Technology. Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology.
8. Hamari, J. (2017). Do badges increase user activity? A field experiment on the impact of gamification. *Computers in Human Behavior*, 71, 249-256.
9. Landers, R. N., & Callan, R. C. (2011). Casual Social Games as Serious Games: Theoretical Model, Practical Applications, and a New Research Agenda. *Simulation & Gaming*, 42(1), 96-114.
10. Xu, B., & Chen, N. (2016). The Impact of Gamification on User Engagement: A Study of the Online Learning Environment. *Computers & Education*, 95, 130-143.