

ГЕЙМІФІКАЦІЯ ЖИТТЯ: ЯК ПРОГРАМНА ЛОГІКА ЗМІНЮЄ НАШЕ СПРИЙНЯТТЯ РЕАЛЬНОСТІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено феномен гейміфікації як процес трансформації повсякденного досвіду через призму ігрової механіки та програмної логіки. Проаналізовано, як цифрові технології впроваджують системи нагород, рівнів досягнень, прогрес-барів та рейтингів у соціальні взаємодії, професійну діяльність, освіту та особисте життя. Розглянуто філософські імплікації зміщення від внутрішньої мотивації до зовнішніх стимулів, квантифікації якісних аспектів людського досвіду, та формування нової онтології реальності через інтерфейси цифрових платформ. Особливу увагу приділено етичним аспектам маніпуляції поведінкою через ігрові механізми та впливу гейміфікації на автентичність людського існування. Результати демонструють, що гейміфікація не просто змінює інструменти взаємодії з реальністю, а фундаментально реконструює наше розуміння цілей, цінностей та смислу життя.

Ключові слова: гейміфікація, цифрова філософія, квантифікація досвіду, зовнішня мотивація, онтологія реальності, цифрова маніпуляція, автентичність існування.

Abstract

This paper investigates the phenomenon of gamification as a process of transforming everyday experience through the prism of game mechanics and software logic. The analysis examines how digital technologies implement systems of rewards, achievement levels, progress bars, and ratings into social interactions, professional activities, education, and personal life. The philosophical implications of shifting from intrinsic to extrinsic motivation, quantification of qualitative aspects of human experience, and formation of a new ontology of reality through digital platform interfaces are explored. Special attention is given to ethical aspects of behavioral manipulation through game mechanisms and the impact of gamification on the authenticity of human existence. The results demonstrate that gamification not only changes tools for interacting with reality but fundamentally reconstructs our understanding of goals, values, and the meaning of life.

Keywords: gamification, digital philosophy, experience quantification, extrinsic motivation, ontology of reality, digital manipulation, authenticity of existence.

Вступ

Сучасна людина все частіше взаємодіє з реальністю через цифрові інтерфейси, які структурують досвід за принципами ігрової механіки. Гейміфікація – впровадження елементів ігрового дизайну в неігрові контексти – перестала бути просто маркетинговим прийомом чи педагогічною технікою. Вона стала фундаментальним способом організації соціального простору, трансформуючи наше сприйняття цілей, досягнень, прогресу та самої природи реальності. У цій новій реальності категорія «буття» поступово зливається з категорією «бути порахованим», що призводить до домінування кількісних показників над якісним змістом життя.

Коли фітнес-додаток перетворює пробіжку на серію досягнень із бейджами та очками; коли LinkedIn представляє професійний розвиток як прогрес-бар "повноти профілю"; коли Duolingo створює почуття провини через вмираючу сову-талісман; коли Instagram трансформує соціальні відносини в змагання за лайки та фоловерів – у всіх цих випадках програмна логіка не просто полегшує взаємодію з реальністю, а формує новий тип онтологічних відносин між людиною та світом.

З філософської перспективи, гейміфікація життя ставить фундаментальні питання про природу мотивації, автентичності та свободи волі в цифрову епоху. Чи залишаємось ми суб'єктами власних рішень, коли наша поведінка систематично спрямовується через механізми variable ratio reinforcement (випадкове підкріплення), що перетворює людську екзистенцію на об'єкт механічного регулювання? Чи не втрачається сутність багатьох життєвих практик, коли вони редукуються до вимірюваних метрик та рейтингів? Чи не формується нова форма відчуження, коли людина починає сприймати власне життя як гру, де реальні відносини та досягнення мають значення лише остільки, оскільки вони

конвертуються в цифрові маркери статусу? Фактично, ми стикаємося з ризиком втрати суб'єктності, коли внутрішній моральний закон підміняється зовнішнім алгоритмічним скриптом.

Ця робота аналізує гейміфікацію не як технологічний феномен, а як філософську проблему, що стосується трансформації людського буття в умовах тотальної цифровізації. Дослідження спирається на критичний аналіз сучасних цифрових платформ, концептуальний апарат філософії технологій (Бернард Стіглер, Люсьєн Флорі, Маршалл Маклюєн), теорію геймдизайну (Ян Богост, Джейн Макгонігал) та критичні студії цифрової культури (Шошана Зубофф, Євгеній Морозов). Головною метою дослідження є обґрунтування тези про те, що гейміфікація здійснює підміну телеології людського життя (пошук Блага та сенсу) телеологією гри (пошук виграшу та ефективності), що ставить під загрозу автентичність існування особистості.

Результати дослідження

Гейміфікація репрезентує радикальну онтологічну зміну: перехід від безперервного, якісного, багатовимірного досвіду реальності до дискретного, квантифікованого, одновимірного представлення через цифрові метрики. Традиційне філософське розуміння реальності як того, що "дається" людині в досвіді, замінюється на реальність як те, що "відображається" через інтерфейс програмного забезпечення.

Емпіричний аналіз [1] популярних платформ виявляє систематичну редукцію складних життєвих практик до спрощених ігрових механізмів:

Фітнес та здоров'я: Apple Watch трансформує фізичну активність в три кільця (рух, тренування, стояння), які необхідно "закривати" щодня. Статистика показує, що 67% користувачів Apple Watch звітують про зміну мотивації від "я хочу бути здоровим" до "я хочу закрити кільця". Якісні дослідження фіксують феномен, коли люди роблять безглузді кола навколо будинку о 23:50, щоб досягти денної норми кроків – поведінка, яка не має жодного сенсу з точки зору реального здоров'я, але має сенс у логіці гейміфікованого досвіду.

Соціальні відносини: Instagram перетворює дружбу та визнання на кількісні метрики (фоловери, лайки, коментарі). Дослідження показують кореляцію між використанням Instagram та зростанням тривожності, депресії та нарцисизму. Філософськи значущим є не просто факт негативного впливу, а те, що відбувається трансформація самої природи соціального визнання: від якісного, контекстуального, особистісного досвіду до квантифікованої, деконтекстуалізованої, публічної метрики.

Професійний розвиток: LinkedIn впроваджує систему "силомірів профілю" (Beginner, Intermediate, Expert, All-star), де професійна ідентичність представлена як прогрес-бар, який потрібно заповнити. Цікавим філософським аспектом є те, що повнота профілю не корелює з реальною професійною компетентністю, але створює ілюзію прогресу та мотивує до постійного "покращення" профілю як самоцілі.

Освіта: Duolingo використовує streak system (серії днів неперервного навчання), емоційну маніпуляцію через персонажа-сову ("Duo сумує, що ви не практикувалися сьогодні"), та систему XP (experience points). Аналіз показує, що багато користувачів продовжують щоденну практику не з бажання вивчити мову, а щоб "не втратити streak" – класичний випадок, коли засіб (регулярна практика) стає метою, а початкова мета (володіння мовою) відходить на другий план.

Цей онтологічний зсув має структурну подібність до того, що Гайдеггер описував як перетворення світу на "картину світу" (Weltbild) – реальність стає тим, що може бути представлене, виміряне, обчислене. Однак гейміфікація йде далі: реальність стає не просто вимірюваною, а ігровою – структурованою за логікою правил, нагород, прогресу та змагання.

Проблематичним аспектом гейміфікації є її вплив на автономію та автентичність людського вибору [2]. Сучасні гейміфіковані платформи використовують складні психологічні механізми, розроблені на основі досліджень поведінкової психології, нейронауки та геймдизайну:

- Variable Ratio Reinforcement (змінне співвідношення підкріплення): механізм, який використовується в ігрових автоматах і соціальних мережах. Нагорода (лайк, повідомлення, матч) приходить не після фіксованої кількості дій, а випадково, що створює найсильнішу форму залежності. Instagram та TikTok використовують infinite scroll – коли користувач не знає, коли закінчиться стрічка, що створює ефект "ще одного свайпу", аналогічний "ще одному обертанню" на ігровому автоматі.

- Loss Aversion та Endowment Effect: Duolingo використовує streak counter, який активує страх втрати (loss aversion) – психологічний ефект, коли люди сильніше реагують на можливу втрату, ніж на еквівалентне придбання. Коли у людини є 100-денний streak, вона відчуває сильну мотивацію не втратити його, навіть якщо початкова мотивація (вивчити мову) вже втрачена.

- Прогрес-бари та ефект Зейгарник: LinkedIn, Tinder, Uber використовують візуалізацію прогресу (profile completeness, ride progress) для створення почуття незавершеності, що мотивує людину "закінчити" дію. Це експлуатує ефект Зейгарник – тенденцію краще пам'ятати незавершені завдання і відчувати когнітивний дискомфорт від незавершеності.

- Social Proof та FOMO: Кількісні показники (переглядів, лайків, фоловерів) створюють соціальний доказ популярності та активують Fear Of Missing Out. Snapchat streaks експлуатують це через взаємні зобов'язання між друзями підтримувати щоденну комунікацію.

Зазначені механізми працюють на до-свідомому рівні, обходячи раціональну рефлексію. Як зазначає Трістан Гарріс, колишній етик дизайну Google: "Ніхто не прокидається вранці з думкою: «Сьогодні я хочу провести годину, скролячи Instagram». Але архітектура додатку така, що це відбувається автоматично."

З точки зору класичної філософії свободи волі (Кант, Сартр), автономне рішення вимагає усвідомленого вибору на основі раціональної рефлексії. Гейміфіковані системи підривають цю автономію, створюючи структури, які систематично спрямовують поведінку в потрібному напрямку через маніпуляцію емоціями, когнітивними спотвореннями та неусвідомленими психологічними механізмами.

Класична психологічна теорія самодетермінації (Self-Determination Theory) розрізняє внутрішню мотивацію (intrinsic motivation) – коли діяльність виконується заради самої діяльності, та зовнішню мотивацію (extrinsic motivation) – коли діяльність є засобом для отримання зовнішньої нагороди.

Численні емпіричні дослідження демонструють "ефект переклесту мотивації" (overjustification effect): коли зовнішні нагороди впроваджуються в діяльність, яка раніше була внутрішньо мотивованою, внутрішня мотивація знижується. Класичний експеримент: діти, які отримували винагороду за малювання (раніше внутрішньо мотивована діяльність), згодом малювали менше та з меншим задоволенням, ніж діти контрольної групи.

Гейміфікація систематично трансформує внутрішньо мотивовані практики на зовнішньо мотивовані через впровадження нагород, очок, бейджів:

- Читання: Goodreads трансформує читання з автотелічної практики (читаю, бо мені цікаво) на інструментальну (читаю, щоб досягти річного челенджу в 50 книг). Аналіз показує, що користувачі Goodreads починають обирати коротші книги наприкінці року, щоб "закрити" річну ціль – поведінка, яка суперечить початковій меті розширення літературного досвіду.

- Бігання: Strava перетворює біг на змагання за сегментами, КОМ/КОМ (King/Queen of Mountain), та соціальне порівняння. Дослідження показують, що бігуни, які використовують Strava, звітують про зниження задоволення від самого процесу бігу та зростання фокусу на результатах і порівнянні з іншими.

- Медитація: практика, яка за своєю суттю є про "бути", а не "досягати" – гейміфікується через додатки як Headspace (streaks, badges, animations). Це створює парадокс: медитація, яка має звільнити від прив'язаності до результатів, перетворюється на досягнення серії медитацій заради закриття бейджів.

Це репрезентує тріумф інструментального раціоналізму (Макс Вебер, Франкфуртська школа) – коли всі практики оцінюються лише з точки зору їх ефективності для досягнення зовнішніх цілей. Автотелічні практики (діяльності, цінні самі по собі) редукуються до засобів у безкінечному ланцюгу цілей.

Цікавим є те, що гейміфікація часто представляється як спосіб підвищення залученості та мотивації [3]. Однак емпіричні дані показують іншу картину: короткострокове збільшення активності супроводжується довгостроковим зниженням внутрішньої мотивації та відчуття смислу. Люди починають робити більше, але насолоджуватися менше; досягають більших кількісних показників, але втрачають якісний зміст досвіду.

Фундаментальне етичне питання гейміфікації: чи є етично прийнятним систематично маніпулювати поведінкою людей через експлуатацію психологічних вразливостей? Прихильники гейміфікації аргументують, що це "nudging" (підштовхування) до корисної поведінки (більше спорту, більше

навчання, більше соціальних зв'язків). Критики вказують, що це патерналістична маніпуляція, яка підриває автономію.

Особливо проблематичним є використання гейміфікації в освіті та охороні здоров'я – сферах, де довіра та автентична мотивація критично важливі. Коли школяр вчиться не з цікавості, а заради балів; коли людина займається спортом не для здоров'я, а заради закриття кілець – чи не втрачається сутність цих практик?

На рисунку 1 представлена UML діаграма, що ілюструє архітектуру сучасної гейміфікованої платформи та механізми впливу на користувача [4].

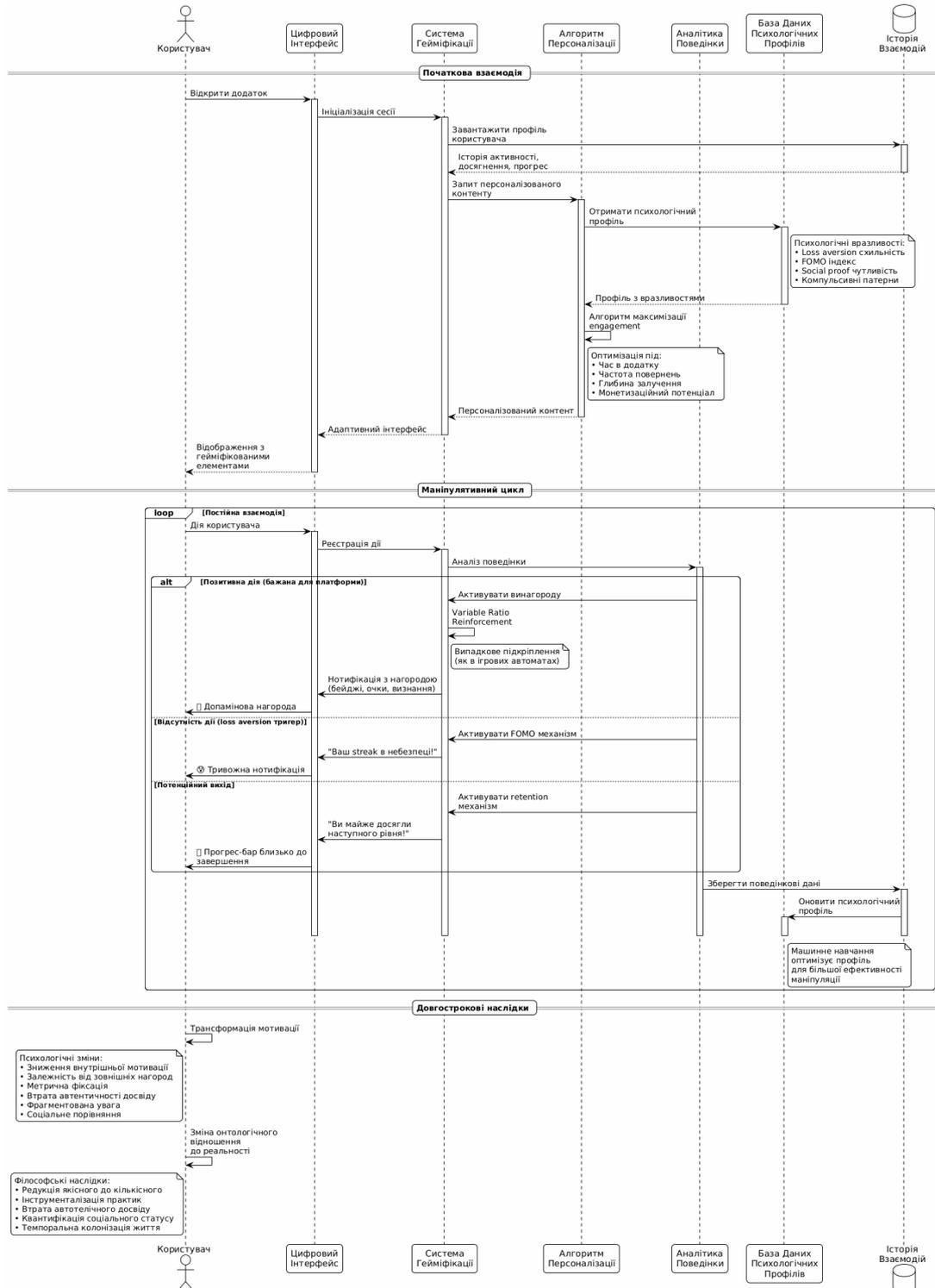


Рис. 1. Архітектура гейміфікованої платформи та механізми впливу на користувача

Діаграма (рис. 1) ілюструє три ключові фази гейміфікованого досвіду.

Фаза 1: початкова взаємодія демонструє, як платформа завантажує історію активності користувача та його психологічний профіль. Алгоритм персоналізації використовує цю інформацію для максимізації показників залученості (engagement metrics), адаптуючи інтерфейс під специфічні психологічні вразливості конкретного користувача.

Фаза 2: маніпулятивний цикл показує, як система реагує на різні типи поведінки користувача. Позитивні дії (бажані для платформи) підкріплюються через механізм variable ratio reinforcement – той самий принцип випадкової винагороди, що використовується в ігрових автоматах і створює найсильнішу форму поведінкової залежності. Відсутність дії активує механізми loss aversion через тривожні нотифікації про ризик втрати streak або прогресу. Спроби виходу блокуються retention механізмами, які показують близькість до наступного досягнення. Кожна взаємодія записується, а машинне навчання постійно оптимізує психологічний профіль для підвищення ефективності майбутніх маніпуляцій.

Фаза 3: довгострокові наслідки фіксує трансформацію користувача на психологічному та філософському рівнях. Психологічні зміни включають зниження внутрішньої мотивації, розвиток залежності від зовнішніх нагород, метричну фіксацію, втрату автентичності досвіду, фрагментацію уваги та хронічне соціальне порівняння. Філософські наслідки ще глибші: редукція якісних аспектів досвіду до кількісних метрик, інструменталізація практик, що раніше були автотелічними, втрата здатності до незаінтересованого залучення, квантифікація соціального статусу та визнання, темпоральна колонізація життя через системи щоденних нагород і streak-механізми.

Критично важливо зрозуміти, що ця архітектура не є нейтральною технологічною інфраструктурою. Вона втілює специфічну ідеологію та систему цінностей: примат вимірюваності над смыслом, ефективності над автентичністю, зовнішньої мотивації над внутрішньою, квантифікації над якістю. Платформи оптимізовані не для благополуччя користувача, а для максимізації метрик залученості, що корелюють з рекламними доходами. Це створює фундаментальний конфлікт інтересів: те, що корисно для платформи (максимальний час в додатку, максимальна частота повернень, максимальна емоційна залученість), часто шкідливо для користувача з точки зору ментального здоров'я, автономії та автентичності існування.

Висновки

Проведене дослідження демонструє, що гейміфікація є не просто технологічним трендом чи маркетинговою стратегією, а фундаментальною філософською проблемою, що стосується трансформації людського буття в цифрову епоху.

Використання психологічних вразливостей для максимізації engagement при конфлікті інтересів між благополуччям користувача та прибутками платформи створює серйозні етичні питання. Особливо проблематичним є використання гейміфікації в освіті, охороні здоров'я та інших сферах, де автентична мотивація критично важлива.

Філософські питання, які порушує гейміфікація, є фундаментальними. Бо фактично ми запитуємо себе у зв'язку з нею:

- чи можливе автентичне існування в умовах, коли наш досвід систематично структурується програмною логікою, оптимізованою не для нашого блага, а для метрик залученості?
- чи залишається простір для внутрішньої мотивації, коли всі практики трансформуються на ігрові механіки з зовнішніми нагородами?
- чи зберігається автономія, коли наша поведінка програмується через експлуатацію психологічних вразливостей?

Ці питання мають очевидно світоглядний характер. У них йдеться не про нюанси конкретних соціальних технологій, а про фундаментальний пошук блага, сенсу життя, автентичності існування. Проблема, яка призводить до розгляду таких питань є безумовно філософською і фундаментальною. Таким чином доводиться теза, сформульована нами при визначенні головної мети цього дослідження.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Deci, E. L., Ryan, R. M. "Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior". Plenum Press, 1985.
2. Deterding, S., et al. "From Game Design Elements to Gamefulness: Defining Gamification". Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference, 2011. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>.
3. Harris, T. "How Technology is Hijacking Your Mind". Thrive Global, 2016. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://medium.com/thrive-global>.
4. McGonigal, J. "Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World". Penguin Press, 2011.

Шмалюх Віталій Анатолійович – студент групи ІПКТ-24б, кафедра автоматизації та інтелектуальних інформаційних технологій, факультет інтелектуальних інформаційних технологій та автоматизації, Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця, e-mail: shmaliukhvitaliy@gmail.com

Вознюк Евеліна Сергіївна – студентка групи ІПКТ-24б, кафедра автоматизації та інтелектуальних інформаційних технологій, факультет інтелектуальних інформаційних технологій та автоматизації, Вінницький національний технічний університет, м.Вінниця, e-mail: evelinvozno@gmail.com

Науковий керівник – Хома Олег Ігорович, д.філос.н., професор, завідувач кафедри філософії та гуманітарних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Shmaliukh Vitalii Anatoliyovych – student of ІПКТ-24b group, Department of Automation and Intelligent Information Technologies, Faculty of Intelligent Information Technology and Automation, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: shmaliukhvitaliy@gmail.com

Vozniuk Evelina Serhiivna – student of ІПКТ-24b group, Department of Automation and Intelligent Information Technologies, Faculty of Intelligent Information Technologies and Automation, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia, e-mail: evelinvozno@gmail.com

Scientific supervisor – Khoma Oleh Igorovych, Doctor of Philosophy, Professor, Head of the Department of Philosophy and Humanities, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.