



Gamification-Experiment im Forschungsprojekt OA-FWM

SWiF – Hildesheim

01. Dezember 2018

Amelie Andresen

Gliederung

- ❖ Open Access
- ❖ Gamification
- ❖ Experiment
- ❖ Ausblick



Open Access

Der freie Zugang zu
wissenschaftlicher Information

Informationen zu Open Access

... für verschiedene Zielgruppen

... in verschiedenen Fächern

☺ Über uns ✉ Kontakt ↶ Impressum 🌐 DE-EN

Open Access



Definition

- **Kostenloser** und **freier** Zugang zu wissenschaftlichen Publikationen
- Erhöhte **Sichtbarkeit** und **Wirksamkeit**
- Vielfältige **Nachnutzungsmöglichkeiten**

(open-access.net)

Projekt: Fachspezifische OA-Workshops und Bereitstellung von OA-Materialien (OA-FWM)




Problemstellung:

- Lückenhaftes Wissen über Open Access
- Aus Fachrichtungen resultierende spezifische Probleme und Ansprüche

Zielgruppe:

Deutschsprachige Forscher*innen und Fachreferent*innen

Projektziele:

- Open Access **Workshops** und **Materialien**  
- Neue **Mitglieder** werben und binden
- Langfristige **Motivation** für **regelmäßige Teilnahme** schaffen
- Etablierung einer **Community of Practice (CoP)** 

Community of Practice (CoP)



Menü Startseite Kontakt News Sitemap Suche DE-EN

open access Der freie Zugang zu wissenschaftlicher Information

Standort: Kiel
Einrichtung: CAU / ZBW
Fachbereich: Informatik
Mitglied seit: 15.10.2018
E-Mail: XYZ@zbw.eu
Erfahrungslevel im Bereich OA: Blutiger Anfänger

Nutzer XYZ

Punkte Stand: 10.200
Quest des Monates: XXXXX

Abzeichen: 



Gamification

Definition

„Gamification is the use of game design elements in non-game contexts“

(Deterding et al., 2011, S.1)

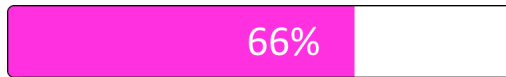
Spiel-Design-Elemente



Punkte



Abzeichen



Fortschrittsanzeige



Level Up!

Rang und Level



Bestenliste

Spielfremder Kontext

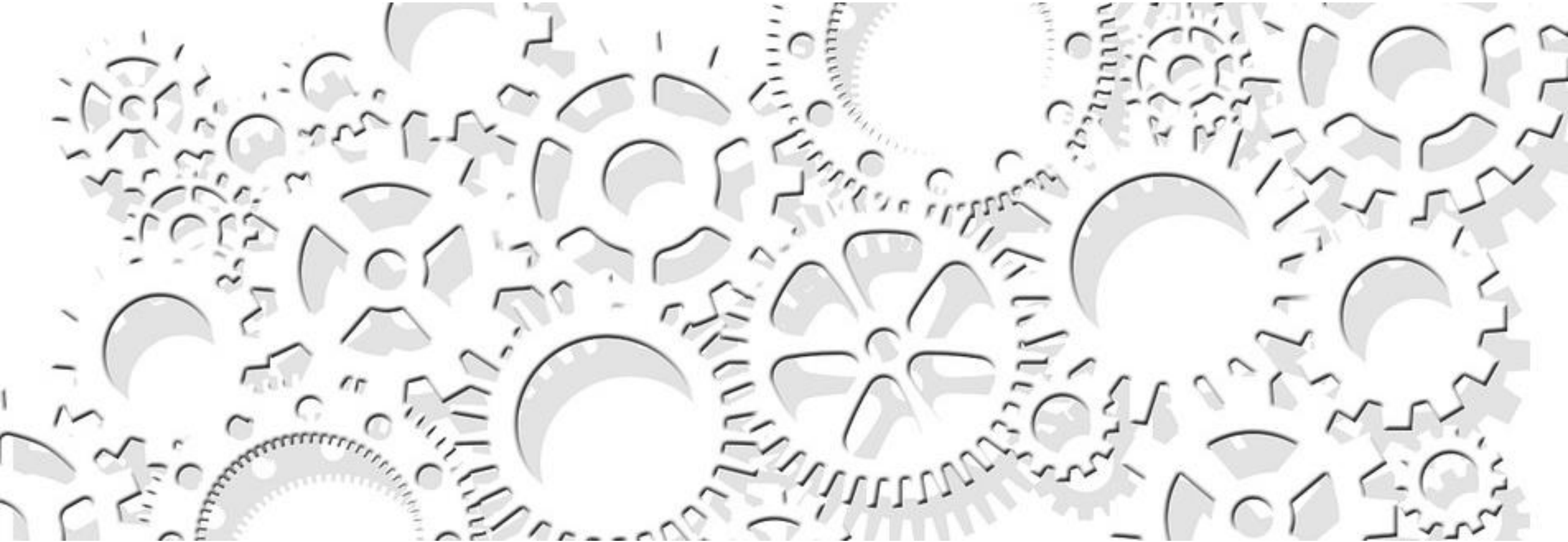
Kategorisierung nach Kontext und damit verbundenen Zielen:

- Interne Gamification
z.B. Mitarbeiter eines Unternehmens
- Externe Gamification
z.B. (potentielle) Kunden, keine Zugehörigkeit zum Unternehmen
- Gamification zum Zweck der Verhaltensänderung
z.B. Können einzelne Personen oder Gruppen sein außerhalb von Organisationen

(Werbach & Hunter, 2012)

Ziele

- Förderung der Motivation (Gears & Braun, 2013)
- Erhöhung des Engagements (Reeves, Cumming & Anderson, 2011)
- Förderung des Wohlbefindens (Opreescu, Jones & Katsikitis, 2014)
- Erhöhung der Partizipation (Vassileva, 2012)
- Förderung der Kollaboration und Interaktion (Raftopoulos & Walz, 2013)



Experiment

OA-Quiz:

Besonderheit: Das Quiz wird nur so lange gespielt bis die Teilnehmer keinen Spaß mehr daran haben.



KENNEN SIE OPEN ACCESS?

Open Access ist eines der großen aktuellen Themen in Wissenschaft, Forschung und Lehre.

Egal ob Sie bereits in einem Open-Access-Journal publiziert haben oder gerade erst beginnen, sich mit diesem Thema zu beschäftigen: Testen Sie Ihr Wissen und lernen Sie dabei Neues über das Publikationsmodell der Zukunft.

Quiz beginnen >



- Feedback
- Level
- Stoppuhr
- Fragenzähler
(wie Fortschrittsbalken)

QUIZ

Level 1

FRAGE 1 VON 62

▶ 0:00:17

“ Open Access ist ... ”

- ... eine Open-Source-Lizenz.
- ... eine Gruppe nicht-kommerzieller Verlage.
- ... ein Publikationsmodell.
- ... eine gemeinfreie Publikation.

Weiter >



Level 1

FRAGE 1 VON 62

0:00:32

“ Open Access ist ... ”

Ihre Antwort:



... ein Publikationsmodell.

Ganz genau.

Nächste Frage >

open access

QUIZ

Level 2

FRAGE 11 VON 62

0:00:48

“ Ist die Bezeichnung " Open-Access-Tage " urheberrechtlich geschützt? “

Ihre Antwort:

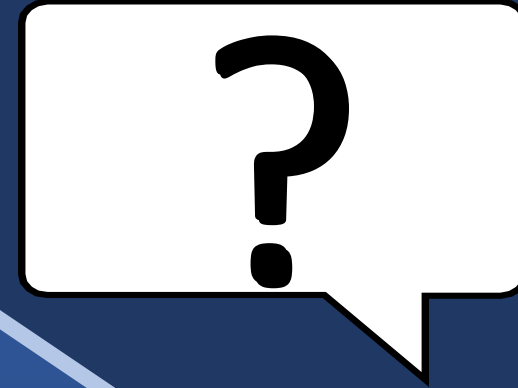
x

Ja, darf aber ohne Jahresangabe frei verwendet werden, da nur die kompletten Bezeichnungen geschützt sind

Das ist leider falsch. Richtig wäre: **Nein, Konkurrenzveranstaltungen bspw. von Elsevier & Co. können ohne weiteres auch unter dem Namen organisiert werden**

Nächste Frage >

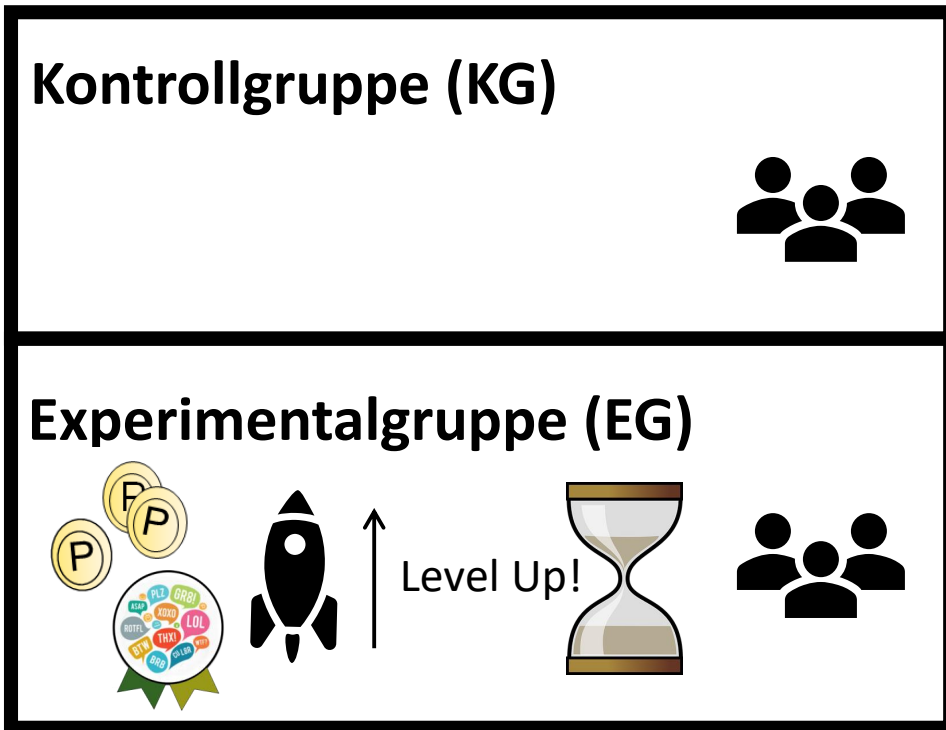
Fragestellung



**Werden mit den Spiel-Design-Elementen
mehr Quizfragen beantwortet?**

Experimentaufbau

2 Gruppen:



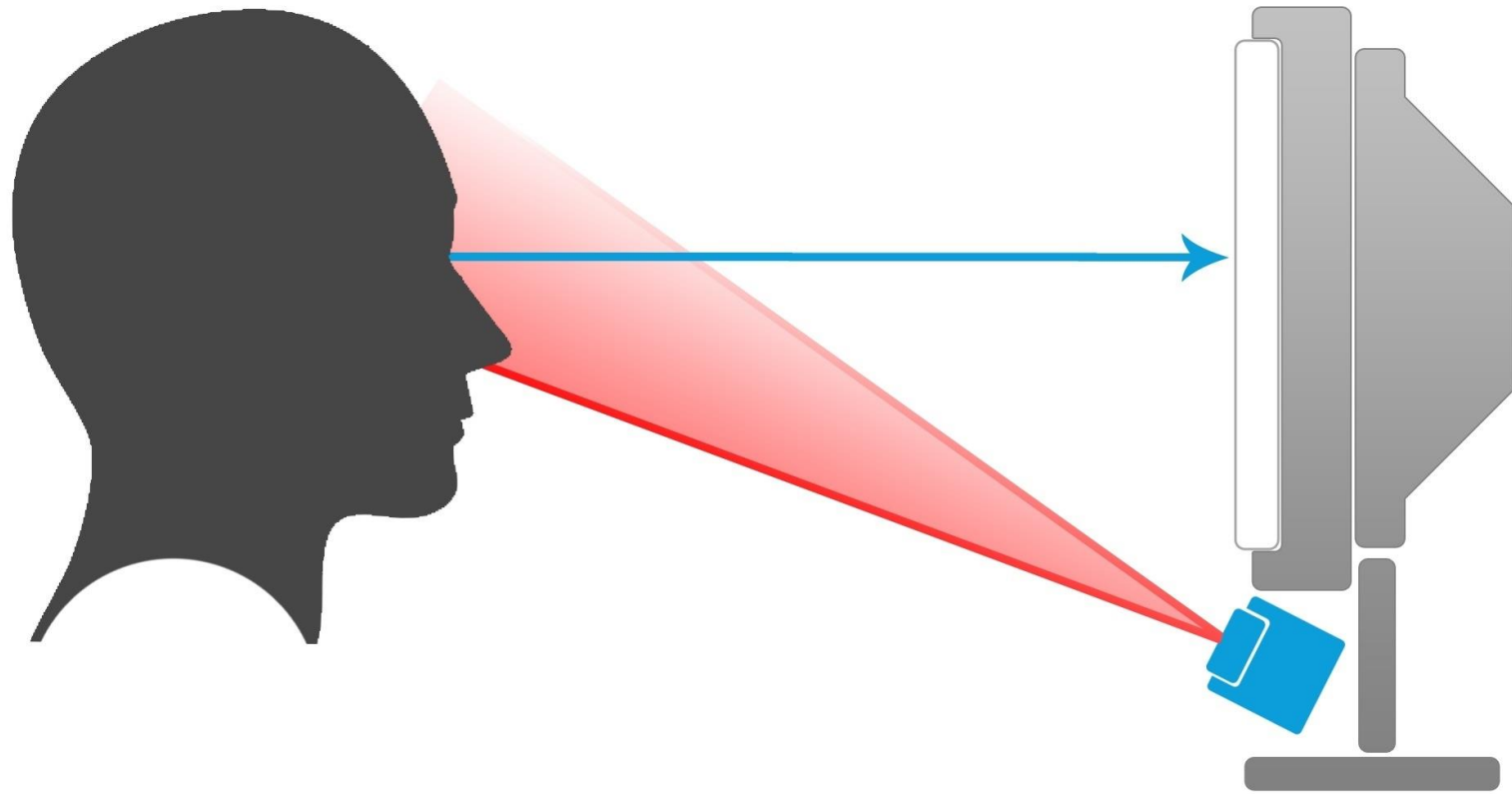
Zielgruppe:

Akademiker*innen,
Forscher*innen und
Fachreferent*innen

Vorgehensweise:

Eyetracking mit
anschließender Befragung

Eye-Tracking



DANS, KÖN OCH JAGPROJEKT

På jakt efter ungdomars kroppsspråk och den "synkretiska dansen", en sammansmältning av olika kulturellers dans, har jag i mitt fältarbete under hösten rörligt på olika arenor inom skolans värld. Nordiska, afrikanska, syd- och östeuropeiska ungdomar gör sina röster hörda genom sång, musik, skrik, skratt och gestaltar känslor och uttryck med hjälp av kroppsspråk och dans.

Den individuella estetiken framträder i kläder, frisyrer och symboliska tecken som förstärker ungdomarnas "jagprojekt" där också den egna stilen i kroppsrörelserna spelar en betydande roll i identitetsprövningen. Upphållsrummet fungerar som offentlig arena där ungdomarna spelar upp sina performance-liknande kroppsspråk.

The screenshot shows the INFOhio website's Earth Science section. A heatmap overlay indicates user attention, with the highest concentration (red) on the 'Check It Out' section, specifically on the article 'Shaping the Earth'. Other areas of interest include the 'Fun & Games' section and the 'Animals in Their Environment' section. The heatmap also shows some attention on the 'Explore A Subject' section and the 'Cool Links' section.

- Nachverfolgung der **Fixationen** und **Saccaden**
- Wurden Spielelemente tatsächlich **wahrgenommen**?
- Wirken andere Design-Elemente **ablenkend**?

Anschließende Befragung

- Soziodemografische Merkmale erfassen
- Empfinden Sie die Fragen als lösbar?
- Waren die Fragestellungen verständlich?
- Spielen Sie häufig Online Spiele?
- Anmerkungen zum Quiz

Hypothese

H0: KG ohne Spiel-Design-Elemente beantwortet weniger Quizfragen als EG.

H1: KG ohne Spiel-Design-Elemente beantwortet mehr Quizfragen als EG.

Kritik und Schwierigkeiten

- Es fehlt für die CoP eine detaillierte Zielgruppenanalyse.
- Es werden viele Teilnehmer benötigt um die Gruppen zu bilden.
- Die Durchführung mit Eyetracking ist zeitaufwendiger.
- Interpretation von Eyetracking kann unterschiedlich ausfallen, wenn Fragestellung nicht konkret festgelegt wird.

Aktueller Stand

- Mangels Zeit konnte das Experiment bisher nicht durchgeführt werden.

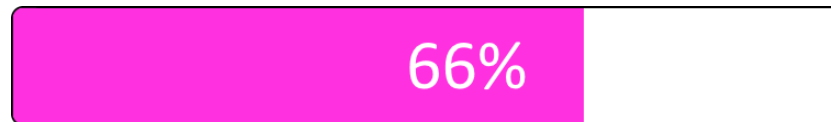
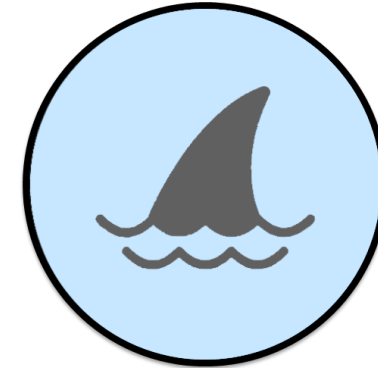
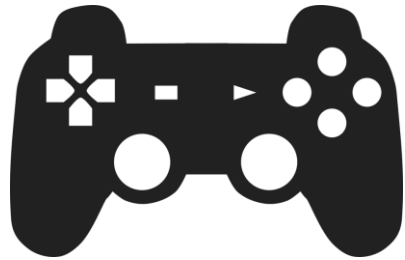


Ausblick

Ausblick

- Konkrete Zielgruppenanalyse im nächsten Jahr und angepasste Auswahl an Spiel-Design-Elementen
- Spiel-Design-Elemente einzeln oder in Kombination testen
- Vielversprechende Spiel-Design-Elemente für weitere Experimente verwenden
- Prüfung ob Spiel-Design-Elemente auch bei der CoP anwendbar sind

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Literatur

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., & Nacke, L. (2011). From game design elements to gamefulness: defining “gamification.” In Proceedings of the 15th international academic MindTrek conference: Envisioning future media environments (pp. 9–15). ACM Press. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>

Fritz-Walter, Dr. Zac (2018). Introduction to Gamification – 4 quick quests to get you started with gamification. Retrieved November 27, 2018, from <http://www.gamificationgeek.com/reading-list/>

Mackay, W. E., & Association for Computing Machinery. (2013). CHI '13 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems. New York, NY: ACM.

Oprescu, F., Jones, C., & Katsikitis, M. (2014). I PLAY AT WORK—ten principles for transforming work processes through gamification. *Frontiers in Psychology*, 5. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2014.00014>

Raftopoulos, M., & Walz, S. P. (2015). IT'S COMPLICATED: The ethics of gamified labor. In *The 33rd Annual ACM Human Factors in Computing Systems 2015 Workshop, 'Researching Gamification'*. Seoul, South Korea.

Reeves, B., Cummings, J. J., Scarborough, J. K., Flora, J., & Anderson, D. (2012). Leveraging the engagement of games to change energy behavior. In *2012 International Conference on Collaboration Technologies and Systems (CTS)* (pp. 354–358). Denver, CO, USA: IEEE. <https://doi.org/10.1109/CTS.2012.6261074>

Sailer, M. (2016). *Die Wirkung von Gamification auf Motivation und Leistung: empirische Studien im Kontext manueller Arbeitsprozesse*. Wiesbaden: Springer.

Schell, J. (2015). *The art of game design: a book of lenses* (Second edition). Boca Raton: CRC Press.

Vassileva, J. (2012). Motivating participation in social computing applications: a user modeling perspective. *User Modeling and User-Adapted Interaction*, 22(1–2), 177–201. <https://doi.org/10.1007/s11257-011-9109-5>

Werbach, K., & Hunter, D. (2012). *For the win: how game thinking can revolutionize your business*. Philadelphia, Pa: Wharton Digital Press.