

Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας

Τόμ. 3, Αρ. 1 (2024)

3ο Ετήσιο Ελληνόφωνο Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας: Δημοσιογραφία, Μέσα και Επικοινωνία: Σύγχρονες προκλήσεις στην εποχή της Τεχνητής Νοημοσύνης



cclabs 2024

3ο Ετήσιο Ελληνόφωνο Συνέδριο Εργαστηρίων
Επικοινωνίας

Δημοσιογραφία, Μέσα και Επικοινωνία: Σύγχρονες
προκλήσεις στην εποχή της Τεχνητής Νοημοσύνης

29-30 Ιουνίου 2024, Θεσσαλονίκη

Διοργάνωση

Εργαστήρια: Εφαρμογών Πληροφορικής στα ΜΜΕ, Ηλεκτρονικών ΜΜΕ, του Τμήματος Δημοσιογραφίας & ΜΜΕ του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης



ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΕΙΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ



ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΟ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΑ ΜΜΕ
ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΙΑΣ
ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ



e-media

Σχεδιασμός εφαρμογής με στοιχεία
παιχνιδοποίησης για πληροφόρηση των χρηστών

Μαρία Κλουβιδάκη, Νίκος Αντωνόπουλος, Στέλιος
Τσαφαράκης

doi: [10.12681/cclabs.8077](https://doi.org/10.12681/cclabs.8077)

Copyright © 2025, Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο
Εργαστηρίων Επικοινωνίας



Άδεια χρήσης [Creative Commons Αναφορά 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Βιβλιογραφική αναφορά:

Κλουβιδάκη Μ., Αντωνόπουλος Ν., & Τσαφαράκης Σ. (2025). Σχεδιασμός εφαρμογής με στοιχεία παιχνιδοποίησης για πληροφόρηση των χρηστών. *Ετήσιο Ελληνόφωνο Επιστημονικό Συνέδριο Εργαστηρίων Επικοινωνίας*, 3(1), 245-255. <https://doi.org/10.12681/cclabs.8077>

Σχεδιασμός εφαρμογής με στοιχεία παιχνιδοποίησης για πληροφόρηση των χρηστών

Μαρία Ι. Κλουβιδάκη

**Υποψήφια Διδάκτωρ, Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης, Πολυτεχνείο Κρήτης
mklouvidaki@tuc.gr**

Νίκος Αντωνόπουλος

**Επίκουρος Καθηγητής, Τμήμα Ψηφιακών Μέσων και Επικοινωνίας, Διευθυντής στο
Εργαστήριο Νέων Μέσων Επικοινωνίας και Ευχρηστίας - NeMeCULAB,
Ιόνιο Πανεπιστήμιο
nikos@antonopoulos.info**

Στέλιος Τσαφράκης

**Αναπληρωτής καθηγητής, Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης,
Πολυτεχνείο Κρήτης
tsafarakis@tuc.gr**

Περίληψη

Η παρούσα μελέτη εστιάζει στη σχεδίαση και ανάπτυξη μιας καινοτόμου εφαρμογής (plugin) που αξιοποιεί στοιχεία παιχνιδοποίησης για την αποτελεσματική μετάδοση ειδήσεων στους χρήστες. Η εφαρμογή έχει ως στόχο να μετατρέψει την διαδικασία ανάγνωσης ειδήσεων σε μια διαδραστική και ευχάριστη εμπειρία, ενθαρρύνοντας παράλληλα τη συμμετοχή και την ενεργό μάθηση. Η εφαρμογή σε πρώτη φάση σχεδιάστηκε στο Figma, μια διαδικτυακή εφαρμογή για τον σχεδιασμό διεπαφής, με ενεργοποιημένες πρόσθετες λειτουργίες εκτός σύνδεσης. Μελετήθηκαν αρκετές έρευνες και τεχνικές παιχνιδοποίησης, όπως τα επίπεδα, τα "παράσημα", οι πόντοι, οι πίνακες κατάταξης, ενώ αξιολογήθηκε η αποτελεσματικότητά τους στην ενίσχυση της συμμετοχής και της αλληλεπίδρασης με τους χρήστες. Επιπλέον, αναλύθηκε ο τρόπος με τον οποίο μπορούν να αξιοποιηθούν προκειμένου να εκπαιδευτεί το κοινό στην αναγνώριση των ψευδών ειδήσεων (fake news). Στόχος της παρούσας έρευνας είναι η βελτίωση της εμπειρίας του χρήστη καθώς η παιχνιδοποίηση μπορεί να κάνει την ανάγνωση ειδήσεων πιο διαδραστική και ευχάριστη, δημιουργώντας μια πιο θετική εμπειρία για τον χρήστη. Μέσω της παιχνιδοποίησης, οι χρήστες μπορούν να συμμετέχουν ενεργά στην παραγωγή ειδήσεων, σχολιάζοντας, βαθμολογώντας άρθρα ή συμμετέχοντας σε διαγωνισμούς (Yong et al., 2021). Στην παρούσα έρευνα παρουσιάζεται η εφαρμογή που σχεδιάστηκε και οι λειτουργίες της.

Λέξεις-κλειδιά: παιχνιδοποίηση, εφαρμογή, πληροφόρηση, χρήστης, plugin

1. Εισαγωγή

Η παιχνιδιοποίηση ή αλλιώς το gamification τα τελευταία χρόνια έχει διαδοθεί και στο κομμάτι της δημοσιογραφίας. Πέρα από την εκπαίδευση από όπου και ξεκίνησε η εφαρμογή του αλλά και τον τουρισμό, στον τομέα της δημοσιογραφίας η συμβολή της παιχνιδιοποίησης είναι ιδιαίτερα σημαντική. Την ίδια στιγμή, η τεχνητή νοημοσύνη (AI) σχετίζεται άρρηκτα με την παιχνιδιοποίηση, αφού ο συνδυασμός αυτών των δύο συμβάλει ώστε οι χρήστες να κατανοούν καλύτερα τις ειδήσεις (Souza et al., 2020) να υπάρχει αλληλεπίδραση με το εκάστοτε μέσο αλλά και να παραμένει ζωντανό το ενδιαφέρον των αναγνωστών για τις ειδήσεις (Pasca et al, 2021). Όπως αναφέρουν οι Roy and Jain (2022), η παιχνιδιοποίηση και ο συνδυασμός με την τεχνητή νοημοσύνη είναι ένα νέο φαινόμενο ωστόσο, έχει αποδειχθεί ότι επηρεάζει τόσο τους νέους ανθρώπους όσο και τους λάτρεις της τεχνολογίας. Παράλληλα, όπως αναφέρει η Serafini (2020), η χρήση της τεχνητής συναισθηματικής νοημοσύνης έχει περάσει και στη δημοσιογραφία και στα κοινωνικά δίκτυα. Αυτό το κανάλι επικοινωνίας βασίζεται σε εργαλεία όπως ο εντυπωσιασμός, και η δημιουργία μιας ενσυναίσθητης σύνδεσης με τους αναγνώστες με επίκεντρο την κοινή χρήση ενός χιουμοριστικού παραδείγματος επικοινωνίας (Méndez et al., 2020). Σε αυτήν την περίπτωση, το gamification (παιχνιδιοποίηση) μετατρέπεται σε AI-gamification (τεχνητή νοημοσύνη-παιχνιδιοποίηση) αφού ο στόχος είναι να γίνουν αυτοί οι μηχανισμοί επιστημονικοί και εμπορικά κερδοφόροι μέσω της χρήσης της τεχνητής νοημοσύνης (Suresh and Moorthy, 2024) (Rallis et al., 2022). Σύμφωνα με την Yordanova (2019) και τους Castellano et al., (2024), τα παιχνίδια έχουν αποδείξει την ικανότητά τους να υποστηρίζουν τη διαδικασία της μάθησης καθώς και την ικανότητα των ανθρώπων να εφαρμόζουν τη γνώση σε νέες και άγνωστες καταστάσεις (Roinioti et al., 2022). Η παρούσα έρευνα σχετίζεται με την παιχνιδιοποίηση και την τεχνητή νοημοσύνη στον κλάδο της διαδικτυακής δημοσιογραφίας. Έπειτα από τη βιβλιογραφική επισκόπηση εντοπίστηκε κενό στην επιστήμη οπότε και ξεκίνησε, η δημιουργία της εφαρμογής (plugin) στο Figma. Εδώ έγκειται η πρωτοτυπία της συγκεκριμένης έρευνας, καθώς δεν έχει δημιουργηθεί ξανά κάτι αντίστοιχο για καμία ιστοσελίδα και δη για ειδησεογραφικές ιστοσελίδες. Παρουσιάζεται λοιπόν η πρωτοτυποποίηση (blue print) αναφορικά με το σχεδιάγραμμα της εφαρμογής. Αξίζει να σημειωθεί ότι μελλοντικά, θα δημιουργηθεί ένα πραγματικό plugin, το οποίο θα μπορεί να εφαρμοστεί από προγραμματιστές σε οποιαδήποτε ειδησεογραφική ιστοσελίδα που λειτουργεί σε περιβάλλον Wordpress. Ωστόσο, σε αυτή τη φάση παρουσιάζεται ο σχεδιασμός και η λειτουργία του μέσω του Figma. Στα πλαίσια της πρωτοτυποποίησης, έγινε πλήρης σχεδιασμός της όλης διαδικασίας και της λειτουργικότητας της εφαρμογής ενώ τονίσθηκαν τα σημεία ενσωμάτωσης του στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες με λεπτομερή τρόπο.

Στόχος είναι μέσω της εφαρμογής (plugin) η εκάστοτε ειδησεογραφική ιστοσελίδα να έχει μεγαλύτερη επισκεψιμότητα, μεγαλύτερη αφοσίωση χρηστών και χαμηλότερο ποσοστό εγκατάλειψης.

2. Ο σχεδιασμός και οι λειτουργίες της εφαρμογής

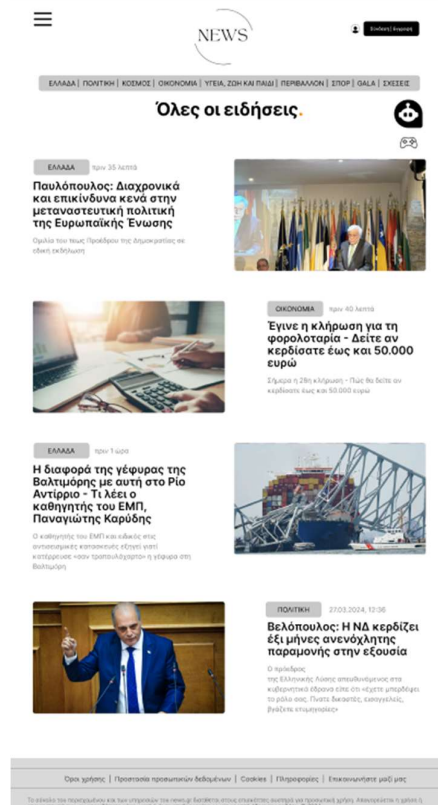
Για τον σχεδιασμό της παρούσας ιστοσελίδας το web application Figma το οποίο δίνει τη δυνατότητα στον σχεδιαστή να δημιουργεί διαδραστικό γραφικό περιβάλλον το οποίο προσομοιώνει εικονικά τις λειτουργίες μιας πραγματικής ιστοσελίδας. Συγκεκριμένα, για το διαδραστικό περιβάλλον, ο σχεδιαστής μπορεί να επιλέξει τον τρόπο με τον οποίον ο χρήστης θα μεταβεί στο επόμενο layer ή asset. Η επιλογή που κάναμε για όλες τις λειτουργίες, ήταν μέσω click. Σε ορισμένες περιπτώσεις πραγματοποιήθηκε μετάβαση σε νέο layer, δηλαδή νέα σελίδα ή open/swar overlay, δηλαδή στην ήδη υπάρχουσα σελίδα να εμφανίζεται ένα μικρότερο παράθυρο, όπως για παράδειγμα το προφίλ του χρήστη (open overlay), το οποίο ανάλογα με το click θα αλλάζει ώστε να μεταβαίνει στην επιλογή που κάνει click ο χρήστης (swar overlay). Σε όλα τα interactions ο τρόπος μετάβασης πραγματοποιείται με την επιλογή “smart animate”. Επίσης, ως flow ορίστηκε η αρχική σελίδα (Εικόνα 1), ώστε να ξεκινάμε πάντα από εκεί.

3. Οι λειτουργίες της εφαρμογής

Αναλυτικά, η εφαρμογή παρουσιάζει τι βλέπει ο χρήστης όταν κάνει εγγραφή σε μία ειδησεογραφική ιστοσελίδα. Συγκεκριμένα, έχει πρόσβαση σε όλη του τη δραστηριότητα, η οποία είναι συγκεντρωμένη και οργανωμένη στο προφίλ του. Ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να βλέπει περιεχόμενο ανάλογα με τις επιλογές ή τη βαθμολογία που συγκεντρώνει. Μέσω AI δηλαδή παρουσιάζεται στους χρήστες το κατάλληλο περιεχόμενο για εκείνους βάσει των ενδιαφερόντων του. Παράλληλα, μπορεί να βλέπει όσα έχει αποθηκεύσει στα saved, τον αγαπημένο του δημοσιογράφο για τον εκάστοτε μήνα, πόσα άρθρα έχει διαβάσει συνολικά, ποιες κατηγορίες ακολουθεί, ποιες σελίδες, βλέπει τα δημοφιλή hashtags, λαμβάνει ειδοποιήσεις όταν ανανεώνεται η κατηγορία της επιλογής του ενώ μπορεί να παίζει ένα παιχνίδι (Kim, 2015) με σκοπό να παραμένει περισσότερη ώρα στην ιστοσελίδα και να ενημερώνεται για τις ειδήσεις της ημέρας σε σύντομο χρόνο. Ακόμη, στην ενότητα explore fake news, μπορεί να εκπαιδευτεί στο να ξεχωρίζει τις ψευδείς ειδήσεις. Επίσης, μόλις ο χρήστης συνδεθεί στον λογαριασμό του, βλέπει το όνομα του στα δεξιά, την κατάταξη που έχει ανάλογα με τη συμμετοχή του στο site (πχ. αυθεντία) και έπειτα βλέπει τα προσωπικά του στοιχεία, τις συνδρομές, την κοινότητα όπου μπορεί να συνομιλεί με άλλους εγγεγραμμένους χρήστες και το avatar του. Στις επόμενες σελίδες φαίνονται όλες αυτές οι ενότητες όταν τις επιλέγει κάποιος. Ταυτόχρονα, υπάρχει το διαχειριστικό κομμάτι της ιστοσελίδας (back end) για τους δημοσιογράφους, που ουσιαστικά, οι δημοσιογράφοι και ο όποιος σχετίζεται με το διαχειριστικό κομμάτι της ειδησεογραφικής ιστοσελίδας, έχουν κάποιες συγκεκριμένες επιλογές όταν συνδέονται στο wordpress. Είναι σημαντικό οι δημοσιογράφοι να έχουν άμεσα πρόσβαση σε βασικές πληροφορίες όπως εκείνες που δίνει το google analytics (οι αναλύσεις ιστοσελίδων της google), ωστόσο εδώ είναι συγκεντρωμένες μόνο οι απολύτως απαραίτητες πληροφορίες, χωρίς να υπάρχει καταιγισμός δεδομένων. Επιπλέον, υπάρχουν στατιστικά ημέρας, γενικές πληροφορίες για τους χρήστες, ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο για εγγραφές δημοφιλή άρθρα και δημοφιλείς δημοσιογράφους.

Αναλυτικά τα βήματα που ακολουθήθηκαν για την υλοποίηση της εφαρμογής:

Ως main page εμφανίζεται η αρχική σελίδα η οποία περιλαμβάνει ορισμένες ειδήσεις (Εικόνα 1). Ο χρήστης αρχικά αποδέχεται τα cookies (Antonopoulos et al., 2016) και στη συνέχεια έχει τη δυνατότητα να κάνει κλικ σε οποιαδήποτε από τις ειδήσεις αυτές και να τις παρακολουθήσει σε μία νέα σελίδα με αναλυτικές πληροφορίες (Εικόνα 2). Στην αρχική σελίδα δίνονται οι δυνατότητες παρακολούθησης των ειδήσεων, όπως προαναφέρθηκε, σύνδεση του χρήστη στην ιστοσελίδα, επικοινωνία με chatbot, επιλογή παιχνιδιού καθώς και ορισμένες επιλογές του menu. Για την αρχική σελίδα, μέσω των επιλογών που δίνονται από το menu, ο χρήστης έχει πρόσβαση στο Προφίλ, όπου φαίνονται όλες οι πιθανές κατηγορίες (κατάταξη) και οι αντίστοιχοι πόντοι, στην Εξερεύνηση, όπου ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να παρακολουθήσει τις δημοφιλείς ειδήσεις, στην ενότητα explore fake news (García-Ortega and García-Avilés, 2021) καθώς και στο παιχνίδι.



Εικόνα 1

NEWS

ΕΛΛΑΔΑ # Προκλήσεις Παυλόπουλος

Παυλόπουλος: Διαχρονικά και επικίνδυνα κενά στην μεταναστευτική πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Ομιλία του τούς Προέδρου της Δημοκρατίας σε ειδική εκδήλωση

Στην ομιλία του με τίτλο «Πρόσφατες εξελίξεις της Μεταναστευτικής Πολιτικής της Ευρωπαϊκής Ένωσης», στο πλαίσιο εκδήλωσης που οργανώσαν την 28η Μαρτίου 2024 το Μεταναστευτικό Κέντρο Πολιτικών Μεταναστεύσεων και Ασύλου (MedMA) και ο Ευρωπαϊκός Οργανισμός Δημοσίου Δικαίου (EPLO), ο τίας Πρόεδρος της Δημοκρατίας, ακαδημαϊκός και επίτιμος καθηγητής της Νομικής Σχολής του ΕΚΠΑ Προκλήσεις Παυλόπουλος επισήμανε, μεταξύ άλλων, και τα εξής:

Αποτελεί μια κοινή πεποίθηση ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει χρέος, ιδίως στους παγκοσμίως παραγόμενους κοράσις μας, ν' αντιμετωπίσει αποτελεσματικά, συνδυάζοντας αρμονικά πρωτίστως τις κατά την ιστορία της και τον Πολυτισμό της σφύρες του Ανθρώπου και της δικαιοσύνης και της ανάγκης διασφάλισης των συνόρων της - και, άρα, των συνόρων των Κρατών-Μελών της - και το προσωρινό Στάπια κοράσις και το εν γένος Στάπια της παρόντης μεταναστεύσεως. Όπως επίσης σφύρες, μέσα σε αυτό το πλαίσιο, να διασφαλίσει και τ' αναγκαία σχετικά θεσμολογικά δικαιώματα του Ανθρώπου, τα οποία απορρέουν από το διεθνές δίκαιο και από το Ευρωπαϊκό δίκαιο. Τούτο σημαίνει, μεταξύ άλλων, και ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει χρέος από την μια πλευρά να φέρει στους πρόσφυγες και στους παρόντως μετανάστες με όρους πλήρους σεβασμού της αξίας του Ανθρώπου, αναγκαίως να ελέγχει σφύρες όλην, ανεξαρτήτως των θεσμολογικών δικαιωμάτων τους. Και, από την άλλη πλευρά, να εγγυάται αποτελεσματικώς τα σφύρες της αλλά και να επιβάλλει την κατά το δυνατόν αναλογικώς δεκτή κατανομή των προσφύγων και των παρόντων μεταναστών μεταξύ των Κρατών-Μελών. Δεδοτ το μέγιστο κατά δυνατόν σφύρες το σφύρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και δεν νοείται, από την σκοπιά της κοράσις σημασίας σφύρες της αναλογικής Ισότητας, διαχείριση του σφύρες σφύρες με σφύρες, σε πολλές περιπτώσεις, γεωγραφικά κράτη.

Like Dislike

Send

Δείτε επίσης

- Έγινε η κλήρωση για τη φορολογία - Δείτε αν κερδίσατε έως και 50.000 ευρώ
- Η διαφορά της νέφους της Βαλτιμόρης με αυτή στο Ρίο Αντίρριο - Τι λέει ο καθηγητής του ΕΜΠ, Παπαγιάννης Κορύφης
- Βελόπουλος: Η ΝΔ κερδίζει εξε μήνες ανεξόλητης παραμονής στην εξουσία

ΔΕΙΤΕ ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ →

Εικόνα 2

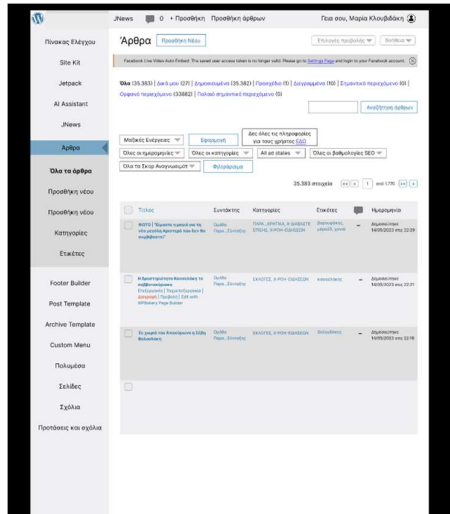
Η σύνδεση του χρήστη στην ιστοσελίδα, πραγματοποιείται μέσω του button Σύνδεση/Εγγραφή και όπου υπάρχει η επιλογή ο χρήστης να συνδεθεί μέσω προσωπικού λογαριασμού, Facebook ή Gmail. Για την σύνδεση του χρήστη στο συγκεκριμένο plugin, η διαδικασία συνεχίζεται μέσω σύνδεσης με Gmail.

Μετά τη σύνδεση του χρήστη στην ιστοσελίδα, εμφανίζεται πάνω αριστερά, το προφίλ του χρήστη μαζί με το avatar του (Richardson, 2020). Οι επιλογές που δίνονται είναι, επίσης, επικοινωνία με το chatbot, επιλογές από το menu καθώς και ορισμένες επιλογές στο προφίλ του χρήστη αλλά και αναζήτηση ανάμεσα στις ειδήσεις όπου ο χρήστης θα μπορεί να ψάξει με βάση τις κατηγορίες (όπως αναγράφονται κάτω από το logo) αλλά και hashtags, τα οποία υπάρχουν δίπλα από κάθε είδηση. Επιπροσθέτως, όλες οι ειδήσεις μπορούν να κοινοποιηθούν στα social media ενώ ο χρήστης μπορεί να αφήσει ένα σχόλιο κάτω από κάθε άρθρο (Karyotakis et al., 2019). Όταν ο χρήστης πατήσει οποιαδήποτε είδηση από την αρχική σελίδα, έχει τη δυνατότητα να πατήσει “Μου αρέσει”, “Δεν μου αρέσει” ή να αποθηκεύσει την είδηση για αργότερα (Antonopoulos and Veglis, 2013). Σε κάθε μία από τις 3 περιπτώσεις,

τα emoji που χρησιμοποιούνται, αλλάζουν χρώμα έπειτα από το κλικ. Στο σημείο αυτό, πρέπει να αναφερθεί, ότι όλα τα γραφιστικά έχουν δημιουργηθεί μέσω της πλατφόρμας Canva. Επίσης, μέσω της ιστοσελίδας, ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να συλλέξει πόντους και να καταταχθεί σε μία από τις κατηγορίες. Η συλλογή πόντων (Regalado et al., 2021) μπορεί να πραγματοποιηθεί με 3 τρόπους: 1) βλέποντας ένα βίντεο σε μία είδηση και 2) διαβάζοντας 10 άρθρα 3) αγοράζοντας πόντους. Στη 1η περίπτωση, ο χρήστης θα κερδίσει 100 πόντους. Ενώ στη 2η περίπτωση, ο χρήστης θα κερδίσει 500 πόντους πόντους. Στην 3η περίπτωση η αγορά πόντων υπάρχει σαν επιλογή κάτω από το εικονίδιο του χρήστη και δίνονται οι εξής επιλογές για την αγορά των πακέτων. Οι επιλογές που υπάρχουν στο menu, από τη στιγμή που ο χρήστης κάνει σύνδεση στην ιστοσελίδα είναι οι ίδιες όπως και στην αρχική σελίδα. Η διαφορά είναι ότι έχει τη δυνατότητα να παρακολουθήσει την κατάταξη (Yfantis et al., 2018), τις αποθηκευμένες ειδήσεις, τα δημοφιλή hashtags, τις κατηγορίες που έχει αποθηκεύσει καθώς και το αν θέλει να λαμβάνει μελλοντικά ειδοποιήσεις ή όχι. Στο προφίλ του χρήστη, υπάρχουν οι επιλογές “Προσωπικά στοιχεία”, “Συνδρομές”, “Avatar” (Richardson, 2020) σε πορτοκαλί χρώμα (Antonopoulos and Veglis, 2012) και “Κοινότητα”. Στα προσωπικά στοιχεία αναγράφεται η κατάταξη μαζί με τους αντίστοιχους πόντους που έχουν συλλεχθεί ως τώρα, οι συνδρομές που έχει ο χρήστης, το avatar το οποίο έχει τις επιλογές να το αλλάξεις ή να φτιάξεις νέο και τέλος, το φόρουμ μελών ή αλλιώς κοινότητα. Με το click στο “Αποσύνδεση”, επιστρέφουμε στην αρχική σελίδα (Εικόνα 1).

4. Οι παροχές για τους δημοσιογράφους

Στην εφαρμογή που δημιουργήθηκε στο Figma, πέρα από τις λειτουργίες που προσφέρονται για τους αναγνώστες, υπάρχουν λειτουργίες αποκλειστικά για τους δημοσιογράφους και τους διαχειριστές της ιστοσελίδας. Συγκεκριμένα, όταν κάποιος συνδεθεί στο διαχειριστικό κομμάτι του wordpress, έχει πρόσβαση στην ενότητα “δες όλες τις πληροφορίες για τους χρήστες εδώ” (Εικόνα 3). Σε αυτή την ενότητα, μπορεί να δει συγκεντρωτικά στοιχεία που σχετίζονται με τους χρήστες, χωρίς να χρειάζεται να ψάχνει αρκετή ώρα στο google analytics ή στα κλασσικά στατιστικά στοιχεία που εξάγει το wordpress. Η κατηγορία αυτή έχει όλα τα δεδομένα που χρειάζεται να ξέρει όποιος ασχολείται με την ιστοσελίδα ώστε να έχει πλήρη εικόνα για την “κίνηση”. Μπορεί λοιπόν να δει κανείς τις γενικές πληροφορίες, τα στατιστικά της ημέρας και το real time. Οι γενικές πληροφορίες περιλαμβάνουν τον συνολικό αριθμό των εγγεγραμμένων χρηστών, των χρηστών που έκαναν εγγραφή τη σημερινή ημέρα και ποιοι χρήστες έχουν συλλέξει πόντους. Τα στατιστικά της ημέρας, καταγράφονται τα ενδιαφέροντα των αναγνωστών βάσει κατηγοριών, κάποια δημογραφικά στοιχεία όπως ο μέσος όρος ηλικίας των αναγνωστών, το μορφωτικό τους επίπεδο, οι πολιτικές τους πεποιθήσεις, οι δημοφιλείς κατηγορίες, τα δημοφιλή hashtags, πόσοι έπαιξαν το παιχνίδι και πόσοι γράφτηκαν στην κοινότητα. Επίσης, στο real time μπορεί κανείς να δει, πόσοι χρήστες γράφτηκαν αυτή την ώρα, πόσοι είναι οι ενεργοί χρήστες, πόσοι παίζουν τώρα το παιχνίδι, πόσα άτομα συνομιλούν τώρα στην κοινότητα, ποια hashtag είναι δημοφιλή τώρα καθώς και τους δημοφιλέστερους δημοσιογράφους για τον εκάστοτε μήνα.



Εικόνα 3

5. Τα στοιχεία παιχνιδοποίησης που χρησιμοποιήθηκαν στην εφαρμογή

Τα κύρια στοιχεία παιχνιδοποίησης που ενσωματώθηκαν στην εφαρμογή περιλαμβάνουν:

1. Chatbot: Το chatbot λειτουργεί ως ένας διαδραστικός βοηθός, προσφέροντας προσωποποιημένη επικοινωνία με τους χρήστες. Ενισχύει την αλληλεπίδραση, προσομοιώνοντας ανθρώπινη συνομιλία και διευκολύνοντας την εμπειρία πλοήγησης, ενώ παράλληλα προωθεί την αφοσίωση των χρηστών.
2. Avatar: Η δυνατότητα δημιουργίας avatar επιτρέπει στους χρήστες να εξατομικεύσουν την παρουσία τους στην πλατφόρμα. Η σύνδεση με ένα ψηφιακό είδωλο προάγει την ταύτιση και την αφοσίωση, ενθαρρύνοντας μεγαλύτερη δέσμευση στη χρήση της ιστοσελίδας.
3. Επιβράβευση: Η επιβράβευση είναι το κεντρικό στοιχείο της παιχνιδοποίησης, δίνει κίνητρο στους χρήστες να ολοκληρώνουν συγκεκριμένες ενέργειες. Η προσφορά βραβείων και πόντων για την ολοκλήρωση δραστηριοτήτων ενισχύει την αίσθηση της προόδου και της ανταμοιβής. Συγκεκριμένα, στους 100 πόντους ο χρήστης έχει έκπτωση 20% σε όλα τα επί πληρωμή άρθρα, στους 500 πόντους προσφέρεται δωρεάν συνδρομή για έναν μήνα στα επί πληρωμή άρθρα, στους 3000 πόντους δίνεται πρόσβαση σε αποκλειστικά άρθρα και στους 10000 πόντους ο αναγνώστης μπορεί να δημοσιεύσει το δικό του άρθρο στο site.
4. Αγορά πόντων: Το σύστημα αγοράς πόντων (Antonopoulos et al., 2020) προσφέρει στους χρήστες τη δυνατότητα να αγοράζουν πόντους στην πλατφόρμα και να βελτιώνουν τη θέση τους στον πίνακα κατάταξης. Αυτό προσφέρει μικρά έσοδα στην ιστοσελίδα και ένα αίσθημα περηφάνιας για τους χρήστες που καταφέρνουν να έχουν μία σημαντική θέση στην ιστοσελίδα. Συγκεκριμένα οι 500 πόντοι κοστίζουν 5 ευρώ, οι 1000 πόντοι 10 ευρώ, οι 3000 πόντοι 15 ευρώ και οι 5000 πόντοι 20 ευρώ.

5. Παιχνίδι: Η ενσωμάτωση παιχνιδιού στην πλατφόρμα λειτουργεί ως ένα διασκεδαστικό μέσο για την αύξηση της συμμετοχής των χρηστών. Το παιχνίδι προωθεί τη διαδραστικότητα και προσφέρει στιγμές χαλάρωσης ενώ στην προκειμένη περίπτωση οι αναγνώστες λύνοντας το σταυρόλεξο ενημερώνοντας για τις ειδήσεις της ημέρας.
6. Explore fake news: Η δυνατότητα εξερεύνηση ψευδών ειδήσεων δίνει στους χρήστες την ευκαιρία να εκπαιδευτούν στην αναγνώριση και ανάλυση πληροφοριών. Παρέχει μία διαδραστική εμπειρία που προωθεί την κριτική σκέψη και την ευαισθητοποίηση σχετικά με τα fake news.
7. Saved: Η επιλογή αποθήκευσης περιεχομένου προσφέρει στους χρήστες ευκολία, επιτρέποντας τους να διατηρούν και να οργανώνουν άρθρα ή βίντεο για μελλοντική ανάγνωση. Ενισχύει τη διαρκή αλληλεπίδραση με την πλατφόρμα.
8. Αξιολόγηση "Μου αρέσει/ Δεν μου αρέσει": Η δυνατότητα αξιολόγησης άρθρων με ένα σύστημα "Μου αρέσει/Δεν μου αρέσει" επιτρέπει την άμεση και εύκολη αλληλεπίδραση των χρηστών με το περιεχόμενο, ενισχύοντας την εμπειρία τους και παρέχοντας ανατροφοδότηση στους δημιουργούς περιεχομένου.
9. Συλλογή πόντων από βίντεο και άρθρα: Η συλλογή πόντων μέσω της παρακολούθησης βίντεο ή της ανάγνωσης άρθρων ενισχύει τη δέσμευση των χρηστών. Προσφέρει επιβράβευση για την αλληλεπίδραση με το περιεχόμενο και ενθαρρύνει την επανάληψη αυτών των δραστηριοτήτων.
10. Leaderboards: Τα leaderboards δημιουργούν έναν ανταγωνιστικό χώρο, όπου οι χρήστες συγκρίνουν την απόδοσή τους με άλλους ενώ μπορούν να κοινοποιήσουν την κατάταξή τους στα social media. Προάγουν την ενεργή συμμετοχή και προσφέρουν επιπλέον κίνητρα για την αλληλεπίδραση με την πλατφόρμα μέσω της κοινωνικής σύγκρισης και της επιδίωξης υψηλότερης κατάταξης. Οι κατηγορίες που υπάρχουν είναι Αρχάριος 100 πόντοι, Εξερευνητής 500 πόντοι, Αυθεντία 3000 πόντοι και Θρύλος 10000 πόντοι.

Τα παραπάνω στοιχεία παιχνιδιοποίησης ενισχύουν τη συμμετοχή, την αλληλεπίδραση και την αφοσίωση των χρηστών στην πλατφόρμα, δημιουργώντας ένα πιο διαδραστικό και παρακινητικό περιβάλλον.

6. Μεθοδολογία Σχεδιασμού

Η ανάπτυξη της εφαρμογής ακολούθησε τις παρακάτω φάσεις:

11. Ανάλυση αναγκών: Βάσει της βιβλιογραφίας που μελετήθηκε καταγράφηκαν οι ανάγκες και οι προτιμήσεις του στοχευμένου κοινού, μέσα από έρευνες άλλων επιστημόνων και από τη βιβλιογραφική ανασκόπηση.
12. Σχεδιασμός πρωτοτύπου: Δημιουργήθηκε ένας πρωτότυπο της εφαρμογής με τη χρήση εργαλείων σχεδιασμού UX/UI, στο Figma το οποίο στη συνέχεια δοκιμάστηκε σε μία μικρή ομάδα χρηστών.

13. Ανατροφοδότηση και βελτιώσεις: Οι παρατηρήσεις από τους χρήστες ενσωματώθηκαν στον τελικό σχεδιασμό, βελτιώνοντας τα στοιχεία παιχνιδοποίησης και τη γενική εμπειρία χρήστη.
14. Τελική υλοποίηση: Η τελική έκδοση της εφαρμογής στο Figma αναπτύχθηκε και δοκιμάστηκε σε ένα ευρύτερο κοινό για να αξιολογηθούν τα αποτελέσματα, ωστόσο αυτή η διαδικασία είναι ακόμα σε εξέλιξη.

7. Συμπεράσματα

Η ανάπτυξη της εφαρμογής με στοιχεία παιχνιδοποίησης στο Figma απέδειξε την αξία της ενσωμάτωσης διαδραστικών και κινητοποιητικών χαρακτηριστικών για τη βελτίωση της εμπειρίας χρήστη και τη δέσμευση του με το περιεχόμενο της πλατφόρμας. Στα αποτελέσματα της έρευνας, είδαμε ότι η εφαρμογή αυτή δίνει σημαντικά οφέλη στις ειδησεογραφικές ιστοσελίδες, καθώς προσφέρει μεγαλύτερο ενδιαφέρον και κίνητρα στους χρήστες να επισκέπτονται μία ιστοσελίδα μέσω της παιχνιδοποίησης και της επαυξημένης πραγματικότητας. Δημιουργεί μία διαδραστική σχέση ανάμεσα στους δημοσιογράφους και στους χρήστες ενώ βοηθά τους δημοσιογράφους να έχουν μία ξεκάθαρη εικόνα αναφορικά με τη δραστηριότητα, τα ενδιαφέροντα των χρηστών, παρέχοντας μία δυναμική ανατροφοδότηση που ανανεώνεται διαρκώς. Η σχεδίαση της ενσωμάτωσης διαδραστικών και κινητοποιητικών χαρακτηριστικών για την ενίσχυση της δέσμευσης των χρηστών. Τα εργαλεία όπως τα Avatars, τα leaderboards και η επιβράβευση μέσω πόντων αποδείχθηκαν αποτελεσματικά στην αύξηση της συμμετοχής, καθώς προσέφεραν κίνητρα για συνεχή αλληλεπίδραση. Η δυνατότητα προσωπικής έκφρασης μέσω Avatar και chatbot βελτίωσε την εξατομικευμένη εμπειρία χρήσης, δημιουργώντας μεγαλύτερη σύνδεση με την πλατφόρμα. Επιπλέον, το εκπαιδευτικό στοιχείο της εφαρμογής, όπως η ενότητα "Explore fake news", που παρείχε στους χρήστες μία διαδραστική μέθοδο μάθησης και ευαισθητοποίησης σχετικά με την παραπληροφόρηση. Η δημιουργία ενός συστήματος επιβράβευσης με πόντους και ανταμοιβές αύξησε το κίνητρο των χρηστών να παραμένουν ενεργοί και να ολοκληρώνουν δραστηριότητες, ενώ ο ανταγωνισμός μέσω των leaderboards ενίσχυσε την αφοσίωση. Επιπρόσθετα, η αξιολόγηση περιεχομένου με το σύστημα "Μου αρέσει/ Δεν μου αρέσει" και η αποθήκευση άρθρων διευκόλυναν την αλληλεπίδραση και την ανατροφοδότηση. Συνολικά, η ενσωμάτωση στοιχείων παιχνιδοποίησης συνέβαλε στη δημιουργία μιας ελκυστικής, εκπαιδευτικής και διαδραστικής εφαρμογής που ενισχύει τη συμμετοχή και την ικανοποίηση των χρηστών.

Αναφορές

Antonopoulos, N., & Veglis, A. (2012, October). Technological characteristics and tools for web media companies in Greece. In 2012 16th Panhellenic Conference on Informatics (pp. 44-49). IEEE.

- Antonopoulos, N., & Veglis, A. (2013, November). The evolution of the technological characteristics of media websites. In *Asian Conference on Media and Mass Communication* (pp. 130-146).
- Antonopoulos, N., Veglis, A., & Emmanouloudis, A. (2016). Media websites and their visitors' choices on cookies. In *European Conference on Media, Communication & Film*, Brighton (pp. 61-71).
- Antonopoulos, N., Lamprou, E., Kiourexidou, M., Konidaris, A., & Polykalas, S. (2020). Media websites services and users subscription models for online journalism. *Media Watch*, 11(2), 310-322.
- Castellano, M. S., Contreras-McKay, I., Neyem, A., Farfán, E., Inzunza, O., Ottone, N. E., ... & Tubbs, R. S. (2024). Empowering human anatomy education through gamification and artificial intelligence: An innovative approach to knowledge appropriation. *Clinical Anatomy*, 37(1), 12-24.
- García-Ortega, A., & García-Avilés, J. A. (2021). Use of ludic design to fight disinformation: newsgames as a tool to raise awareness about hoaxes. *ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, 19(1), 179-203.
- Karyotakis, M. A., Lamprou, E., Kiourexidou, M., & Antonopoulos, N. (2019). SEO practices: A study about the way news websites allow the users to comment on their news articles. *Future Internet*, 11(9), 188.
- Kim, B. (2015). The popularity of gamification in the mobile and social era. *Library Technology Reports*, 51(2), 5-9.
- Méndez, J. I., Mata, O., Ponce, P., Meier, A., Peffer, T., & Molina, A. (2020). Multi-sensor system, gamification, and artificial intelligence for benefit elderly people. *Challenges and trends in multimodal fall detection for healthcare*, 207-235.
- Pasca, M. G., Renzi, M. F., Di Pietro, L., & Guglielmetti Mugion, R. (2021). Gamification in tourism and hospitality research in the era of digital platforms: a systematic literature review. *Journal of Service Theory and Practice*, 31(5), 691-737.
- Rallis, I., Kopsiaftis, G., Kalisperakis, I., Stentoumis, C., Koutsomitsos, D., & Riga, V. (2022). A mobile game for enhancing Tourism and Cultural Heritage. *Procedia Computer Science*, 204, 513-518.
- Regalado, F., Vale Costa, L., Martins, F., & Veloso, A. I. (2021). Gamifying Online News in a Senior Online Community: Insights from Designing and Assessing the Readers' Experience. *Social Sciences*, 10(12), 463.
- Richardson, A. V. (2020). Endless mode: Exploring the procedural rhetoric of a Black Lives Matter-themed newsgame. *Convergence*, 26(3), 537-549.
- Roinioti, E., Pandia, E., Konstantakis, M., & Skarpelos, Y. (2022). Gamification in Tourism: A Design Framework for the TRIPMENTOR Project. *Digital*, 2(2), 191-205.
- Roy, G., & Jain, V. (2022). Role of artificial intelligence in gamification for the emerging markets. In *Management and Information Technology in the Digital Era: Challenges and Perspectives* (pp. 9-25). Emerald Publishing Limited.
- Serafini, L. (2020). From Gamification to AI-Gamification: The Case of Social Network Journalism. *H-ermes. Journal of Communication*, 2020(17), 97-114.

- Souza, V. S., Marques, S. R. B. D. V., & Veríssimo, M. (2020). How can gamification contribute to achieve SDGs? Exploring the opportunities and challenges of ecogamification for tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 255-276.
- Suresh Babu, S., & Dhakshina Moorthy, A. (2024). Application of artificial intelligence in adaptation of gamification in education: A literature review. *Computer Applications in Engineering Education*, 32(1), e22683.
- Yfantis, V., Ntalianis, K., Xuereb, P. A., & Garg, L. (2018). Motivating the Citizens to Transact with the Government Through a Gamified Experience. *International Journal of Economics and Statistics*, 6, 81-86.
- Yong, E., Baharum, A., Tanalol, S. H., Deris, F. D., & Noor, N. A. M. (2021). Gamification for tourist guide application. *Transactions on Science and Technology*, 8(3-2), 335-342.
- Yordanova, Z. (2019, December). Gamification as a tool for supporting Artificial Intelligence development—State of Art. In *International Conference on Applied Technologies* (pp. 313-324). Cham: Springer International Publishing.