كيف يتمكن مطورو التطبيقات من إبقاء الطفل ملتصقًا بالشاشة؟

كتبه شارون هوروود | 19 أكتوبر 2022,

ترجمة حفصة جودة

من تعلم الأرقام إلى تعلم كيفية غسل الأسنان، يبدو أن هناك تطبيقات للأطفال مصممة لكل شيء، فقد أشار إحصاء جديد في الولايات المتحدة إلى أن أكثر من نصف الأطفال الصغار وثلاثة أرباع الأطفال في عمر ما قبل المدرسة يستخدمون تطبيقات الهاتف بشكل منتظم، لذا لا عجب في وجود الكثير من الخيارات بسوق التطبيقات لإبقاء الطفل متفاعلًا معهم.

تقدم هذه التطبيقات مؤخرًا تجارب تفاعلية مرحة، ناهيك بالمحتوى التعليمي الجيد في العديد من الحالات، كما أنهم جيدون جدًا في إبقاء الصغار متفاعلين معهم، فما السبب؟

كما قرأت للتو: إنهم جيدون للغاية في إبقاء الأطفال متفاعلين معهم، لدرجة أن الطفل يعاني لإغلاق الجهاز، إذا سألت نفسك يومًا لماذا من الصعب أن أبعد طفلي عن الهاتف، إليك الجواب.

ما هو التصميم المقنع؟

رغم الكثير من التوصيات الدولية للمساعدة في إرشاد الوالدين بشأن وقت الشاشة للأطفال، هناك جزء كبير من هذا اللغز غير معترف به، وهي الطريقة التي تُصمم بها التكنولوجيا نفسها.

يشير التصميم المقنع إلى الإستراتيجيات التي تستحوذ على انتباهنا، وهو أمر يمر به الأطفال والكبار (بشكل غير واع) عندما يتصفحون وسائل التواصل الاجتماعي أو عندما يكافحون رغبتهم للعب جولة أخرى من كاندي كراش.

> أحد المفاهيم الرئيسية للتصميم المقنع هو اللعب على وتر مشاعر الأطفال لضمان إبقائهم متحفزين ولديهم دافع للتفاعل مع التطبيق

إذا كان التصميم المقنع قادرًا على التأثير على سلوكيات استخدام الشاشة لدى البالغين – الذين من المفترض أنهم قادرون على التحكم بأنفسهم ويمتلكون مهارات تنظيمية – فإن الأطفال لن

يستطيعوا مقاومته بالطبع، هذا الجانب من مناقشات وقت الشاشة نادرًا ما يُفحص بالجدية التي يستحقها.

لاكتشاف كيف يبدو التصميم المقنع للأطفال، استخدمنا نموذجًا للتصميم المقنع على أكثر 132 تطبيق أطفال مستخدم عبر متاجر تطبيقات أندرويد وآيفون، وقد وجدنا 3 طرق رئيسية تميز التصميم المقنع لإبقاء الأطفال ملتصقين بالشاشة.

الدافع

أحد المفاهيم الرئيسية للتصميم المقنع هو اللعب على وتر مشاعر الأطفال لضمان إبقائهم متحفزين ولديهم دافع للتفاعل مع التطبيق، يتم ذلك من خلال الآتي:

توفير المتعة من خلال الجوائز، ما زال الأطفال يطورون قدرتهم على تأجيل إشباع الرغبات، فهم يفضلون الحصول على جائزة فورية بقيمة أقل عن انتظار جائزة بقيمة أعلى، في سياق التطبيقات، فهم غالبًا يُحفَزون بالجوائز الفورية التي تجلب لهم السعادة والإثارة، قدمت التطبيقات التي اختبرناها العديد من الجوائز الفورية (مثل الهتافات والألعاب النارية والدمى الافتراضية والملصقات) بدلًا من الجوائز المؤجلة.

إثارة التعاطف، مثلما يرغب البالغون في تعليقات إيجابية مثل زر الإعجاب على وسائل التواصل الاجتماعي، يرغب الأطفال في الحصول على تعليقات إيجابية من شخصياتهم المفضلة (مثل مرحبًا كيتي).

كثيرًا ما ينسب الأطفال مشاعر ونوايا بشرية إلى شخصياتهم الخيالية المفضلة ومن الممكن أن يشكلوا روابط عاطفية معهم، وبينما قد يحفز ذلك خبرة تعليمية إيجابية، إلا أنه قد يُستغل لأهداف تجارية، فعلى سبيل المثال، نجد التعاطف مع الشخصية عندما تنظر "مرحبًا كيتي" بحزن إلى صندوق طعام لامع مُغلق ولا يُفتح إلا في النسخة المدفوعة من التطبيق.

القدرة

لا أحد يرغب في لعب لعبة شديدة الصعوبة، فميزة القدرة تمنح الطفل إرشادات مستمرة للحد من احتمالية فك الارتباط، أحد طرق زيادة إحساس الطفل بالبراعة هو التكرار، تتضمن العديد من تطبيقات الطفولة المبكرة طريقة التعلم عن ظهر قلب، مثل صُنع نفس الكعكة مرارًا وتكرارًا بأداة صنع الكعك.

بتضمين مهام سهلة التعلم وتكرارها، يحاول مصممو التطبيقات الضغط على وتر شعور الطفل المتزايد بالاستقلال، وذلك بمساعدته على الفوز بنفسه، فما المشكلة في ذلك؟

رغم أن التكرار أمر جيد في رحلة التعلم، فإن إزالة أي متطلبات للحصول على مساعدة الوالدين، يشجع على مزيد من الاستخدام المنفرد للتطبيقات، ويجعل من الصعب على الآباء المشاركة في اللعب الاجتماعي مع أطفالهم.

المحفزات

تعد الحوافز التجارية المثير الأكثر شيوعًا بين تطبيقات الأطفال، خاصة التطبيقات المجانية، فهذه التطبيقات لديها هدف رئيسي: تحقيق الدخل.

تتضمن الحوافر إعلانات مفاجئة تعرض مضاعفة الجوائز مقابل مشاهدة الإعلان، أو تحفيز المستخدم للقيام بعملية شراء داخل التطبيق، وبينما يمكن للبالغين أن يدركوا هدف تلك الحوافز، فإن الأطفال أقل فهمًا لتلك لنوايا التجارية.

ماذا نفعل حيال ذلك؟

لا شك أن بعض هذه الخصائص معتدلة للمساعدة على إبقاء مستوى أساسي من التفاعل مع التطبيق، لكن البحث أوضح أن الكثير من الخصائص المقنعة مصممة خصيصًا لخدمة نماذج تجارية.

> ألعب مع طفلك أولًا لتقرر إذا ما كان التطبيق يستحق استخدامه أم لا، وانظر: هل يتأثر طفلك كثيرًا بالجوائز؟ هل هناك الكثير من المشتتات الإعلانية؟

إننا بحاجة إلى مزيد من النقاشات عن التصميم الأخلاقي، الذي لا يستفيد من نقاط ضعف الأطفال، يتضمن ذلك إخضاع مطورو التطبيقات للمساءلة.

إن سوق تطبيقات الطفولة المبكرة واسع للغاية، ولا يملك الوالدان معلومات كافية غالبًا لاستكشافهم أو الوقت الكافي لتقييم كل تطبيق قبل تحميله لأطفالهما، ومع ذلك هناك عدة طرق تمنح الوالدين الأفضلية:

– تحدث مع طفلك بعد استخدامه للتطبيق، واسأله بعض الأسئلة مثل: ما الذي تعلمته؟ ما أكثر شيء استمتعت به؟

– ألعب مع طفلك أولًا لتقرر إذا ما كان التطبيق يستحق استخدامه أم لا، وانظر: هل يتأثر طفلك كثيرًا بالجوائز؟ هل هناك الكثير من المشتتات الإعلانية؟ هل هو متكرر كثيرًا ليصبح تعليميًا حقًا؟

– ابحث عن مؤشر "موافقة المعلم" (في متجر التطبيقات) عندما تفكر في تحميل تطبيق ما، أو تفحص مراجعات المصادر الموثوقة قبل تحميله.

من الناحية المثالية، يجب أن يتمكن طفلك من بدء اللعبة وإدارتها بنفسه والتفاعل لحل المشكلات، وأن يتمكن من إنهاء وقته على التطبيق بسهولة نسبية.

المصدر: ذي كونفرسايشن

رابط المقال : https://www.noonpost.com/45525/