

Samenvatting Masterthesis: Gamified websurveys

Het gebruik van websurveys voor wetenschappelijk onderzoek is geëerd door de vele voordelen die ermee gepaard komen, zoals de lage kostprijs en de snelheid in het versturen ervan. Echter worden websurveys ook steeds meer bekritiseerd als saai, waardoor het voor de onderzoeker steeds moeilijker wordt om aan een acceptabele responsgraad te komen. Gamification, het toevoegen van gamedesign elementen in een non-game context, zou hier echter verandering in kunnen brengen (Deterding e.a., 2011). Gamification zou de motivatie van de respondent kunnen verhogen, zodat men meer gemotiveerd raakt om de websurvey volledig en kwaliteitsvol in te vullen. Deze masterthesis onderzoekt of gamification dan ook een toegevoegde waarde kan zijn voor het uitvoeren van websurveys in wetenschappelijk onderzoek.

Literatuurstudie

Aan de hand van een literatuurstudie wordt onderzocht hoe gamification in zijn werk gaat en wat de functie van gamification is in een websurvey. Zo komen we terecht bij de self-determination theory die nagaat dat men handelingen kan voeren onder intrinsieke en/of extrinsieke motivatie. Gamification kan op deze types van motivatie inspelen en ervoor zorgen dat men meer of minder intrinsiek of extrinsiek gemotiveerd kan worden. Om deze motivatie te genereren moet gamification ervoor zorgen dat drie psychologische noden vervuld worden, namelijk autonomie, competentie en betrokkenheid. Verschillende gamification elementen kunnen ook een verschillende invloed hebben op deze psychologische noden en moeten dus zorgvuldig gekozen en geïmplementeerd worden.

Onderzoeksvragen en methodologie

Er worden vijf onderzoeksvragen opgesteld aan de hand van de literatuurstudie. De onderzoeksvragen gaan na of er met behulp van gamification (1) meer interesse in vervolgonderzoek gegenereerd kan worden, (2) er meer retentie gecreëerd kan worden en (3) een verminderde uitval vastgesteld kan worden, (4) de respondenten meer gemotiveerd kunnen worden tijdens het invullen van een websurvey en (5) er een betere datakwaliteit gegenereerd kan worden op open vragen. Om een antwoord te krijgen op deze onderzoeksvragen werd een online static-group comparison experiment opgesteld aan de hand van websurveys van 20 maart tot en met 11 april 2016. Op basis van de MyHealthData Questionnaire ¹worden twee websurveys ontworpen, één conventionele websurvey (controle conditie) en één gamified websurvey (experimentele conditie). Participanten werden *at random* toegewezen aan een conditie bij aankomst van de websurvey. Voor het gamifiëren van de websurvey werd er specifiek gebruik gemaakt van badges, sociale competitie en levels.

¹ <http://soc.kuleuven.be/mintlab/blog/project/myhealthdata/>

Resultaten

Vorig onderzoek toont aan dat gamification in websurveys vooral invloed heeft op psychologische gedragsveranderingen, zoals meer interesse en plezier beleven. Echter worden er in mindere mate gedragsveranderingen vastgesteld. Dit onderzoek toont aan dat er zowel geen gedragsveranderingen als psychologische veranderingen vastgesteld kunnen worden als gevolg van gamification. Er werden in dit onderzoek geen verschillen gevonden tussen de gamified en conventionele websurvey in de mate van motivatie, uitval, retentie, datakwaliteit en interesse in vervolgonderzoek.

Discussie

Deze thesis toont vervolgens aan dat gamification zijn gehoopte effecten voorlopig nog niet kan waarmaken. Ook in dit onderzoek werden er geen gedragsveranderingen vastgesteld. Het onderzoek biedt wel een algemene verkenning in het gebied van gamification in academische websurveys. De gebruikte gamification elementen kunnen verfijnd worden in vervolgonderzoek om de werking ervan te verbeteren. Het doel was echter om het uitvoeren van websurveys voor academisch onderzoek te verbeteren. Men moet hierbij ook altijd het ontwerpproces in acht nemen. Het ontwerpproces voor het gamifiëren van een websurvey vraagt dan ook enorm veel tijd, zonder dat je enig zicht hebt of het de moeite en kosten waard zal zijn. Voor de beste werking wordt er aangeraden om de gamification aan te passen aan het onderwerp van de websurvey, waardoor het ook niet altijd mogelijk om dezelfde gamification elementen te gebruiken in verschillende websurveys. Hierdoor blijft de uitdaging groot om een gamified websurvey te ontwikkelen.