

Fromann Richárd

Szociológus,
PhD-hallgató, ELTE TÁTK, Szociológia Doktori Iskola
Interdiszciplináris Társadalomkutatások Doktori Program

Gamification - épülőben a Homo Ludens társadalma?

Miközben a hétköznapi emberi tapasztalás számára követhetetlen ütemben és mélységben történő erőteljes társadalmi és technológiai változások egyre növekvő kihívást és problémát jelentenek, a megváltást ígérő információs társadalom időközben öntudatlanul is kitermelt egy olyan új, nagy jövőt ígérő iparágat, amely várhatóan felülírja a korábbi társadalmi trendekre vonatkozó prognózisokat.

Egyesek „*motiváció 3.0*”-ról beszélnek, mások az életminőség és a szubjektív jóllét gyökeres átalakulásáról, de vannak, akik egyenesen a *homo ludens* eljövendő korszakát jósolják. Ezt a jelenséget összefoglalóan ma a *gamification* címke alá helyezik. A világ ugyanis kezd rájönni, hogy a játékok és a játékos mechanizmusok alkalmazása az élet minden területét képesek átalakítani, hatékonyvá tenni, és nem utolsósorban a közérzetet, a hétköznapi hangulat jelentősen javítani.

A folyamatosan fejlődő infokommunikációs technológián keresztül a dolgozó emberek, a különböző betegségekben szenvedők és az iskolapadot koptató tanulók előtt egy eddig ismeretlen kapu nyílik ki, amelyben a hatékony munkavégzés, a remélt gyógyulás és a mentális fejlődés Kánaánját ígéri, a játék felszabadult öröme és siker-mechanizmusára építve.

1. A boldogság társadalmi és intrapszichikus táptalaja

1.1. A Homo Oeconomicus és Homo Ludens a Kék Madár nyomában

Az egyéni és közösségi *boldogság* kérdése - örökzöld témaként - minden korban kiemelt figyelmet és szerepet kapott, és minden valószínűség szerint ez a jövőben is így marad. Hol kellemes, hol kínos nyugtalansággal feszíti az embert a belé kódolt Nagy Kérdés: mi végett vagyunk, hová tartunk, mit miért teszünk, és hogy hogyan lehet elérni a megnyugvást jelentő „Kék Madarat”? Tekintve, hogy az elmúlt évszázadokban a társadalmi közérzet, a szubjektív jóllét – minden ipari, gazdasági és technikai fejlődés ellenére – nemhogy látványosan romlani indult, hanem talán elérkeztünk arra a súlyos mélypontra, amelyben az emberiség egymást és önmagát szinte a végsőkig pusztítja. De miért történt mindez? Mi hajtja az embereket ebben a destruktív folyamatban? Vajon ezt a társadalom felismerte már, és ezen komolyan változtatni is akar? Eljutottunk-e már arra a kritikus szintre, amikor a társadalom mintegy automatikusan termeli ki a gyökeres változást, és így a gazdasági, materiális alapon nyugvó motivációs mechanizmusokat felváltja valami egészen új gondolkodási forma?

Ezen kérdések felett történő elmélkedés közben fel kell ismernünk egy nagyon érdekes, látszólag paradox jelenséget. Ahogy fentebb említettem, a hétköznapi tapasztalatok azt mutatják, hogy a gazdasági és technikai fejlődés ellenére nem igazán mozdul el az ember

közérzete pozitív irányba. A konformérzetet növelő, és ezen keresztül az ember boldogulását célzó infokommunikációs technológia az eddigi tapasztalatok szerint érdemi hatás nélkül maradnak. Azonban ebben a változatlan változásban kitermelődött valami egészen meglepő jelenség. A számítógépes és online közegben létrejött egy olyan új mechanizmus, ami visszavezet azokhoz az ősi, természetes világokhoz, amelyet az elmúlt évszázadokban szinte már csak a gyermekek örökítettek tovább. A felvilágosodás gőgijében szocializálódott generációk zsigerből utasítottak el mindent, amely nem „komoly”, amelynek nincsen kézzelfogható eredménye, racionális értéke vagy gazdasági haszna. A játéokra csak egy „komolytalan” átmeneti, gyermeki szeszélyként tekintettek, és amikor a XX. század szabadidős forradalma hevében a Homo Ludens ősi szellemisége egy kis időre visszaáramlott a felnőtt világba, az ipari gépezet rögtön működésbe lépett, és a játékokat gyorsan üzleti iparaggá fokozta le (lásd: az olimpiai játékok története), kiszippantva ezzel pont a lényegét, a játék felszabadító küldetését. Mikor már úgy tűnt, hogy a gazdasági mechanizmusok már soha sem fogják engedni természetes módon boldogulni az embereket, váratlanul betörték a digitális alapú játékok virtuális, alternatív szinterei, amelyeket éppen az emberi boldogságra érzéketlen technikai innováció keltettek életre. Az elmúlt évek új tendenciáit figyelve, egyre bátrabban fogalmazhatjuk meg, hogy a felnőtt világ kezdi felismerni a játékok „komolyságát”, életminőség-javító erejét, sőt az új trendek szerint egyenesen már arról beszélnek, hogy a jövő gazdaságát, oktatását, foglalkoztatását, de összességében az élet minden területét lényegi szinten fogja átjárni a játék működési mechanizmusa, amelyet összefoglaló néven *gamification*-nek neveztek el.

1.2. A „boldogság” tudományos meghatározása

A boldogság definíciója sokféleképpen határozható meg, azonban a boldogság legtöbbet használt és legelfogadottabb tudományos megnevezése a „szubjektív jóllét”, rövidített formában: *SWB* („*Subjective well-being*”).

Diener és munkatársai szerint a szubjektív jóllét azt mutatja, hogy az emberek hogyan, milyen módon értékelik a saját életüket, mind kognitív, mind affektív síkon (Diener et al. 1999: 276-302). Ez alapján az a személy rendelkezik magas szubjektív jólléttel, aki az életét kielégítőnek látja, és pozitív érzelmeket gyakran, negatív érzelmeket ritkábban él meg. A szubjektív jóllét három összetevője Szondy Máté boldogságkutatással foglalkozó pszichológus szerint az *élettel való elégedettség*, a *pozitív érzelmek magas szintje* és a *negatív érzelmek alacsony szintje* (Szondy 2004: 53-72). Mindhárom összetevő egymástól jól elkülöníthető, így önállóan is alkalmasak arra, hogy vizsgálat tárgyai lehessenek. Nagyon fontos, hogy az *élettel való elégedettséget* ne azonosítsuk a *szubjektív jólléttel*. Az élettel való elégedettség ugyanis a szubjektív jóllét egyik eleme, így tehát míg az élettel való elégedettség komponens kizárólag csak *kognitív* természetű, a *tágabb értelmű szubjektív jóllét* viszont – az *elégedettség* motívuma mellett - magában foglalja még a pozitív és negatív érzelmek komponenseket is, amelyek értelemszerűen *affektív* természetűek.

Watterman, valamint Ryan és Deci szerzőpáros két típusra bontja a boldogság fogalmát. Ez alapján beszélhetünk a tevékenységekbe történő bevonódás örömét jelző *eudémonikus boldogságról* és a szükségleteink kielégítése során keletkező pozitív érzelmeket mutató *hedonikus boldogságról* (Watterman 1993: 678–691; Ryan, Deci 2001: 141-166).

2. A Homo Ludens ébredése a Motiváció 3.0 korszakában

2.1. A proegzisztenciális motivációs modell alapjai

A proegzisztenciális motivációs modell (Fromann, 2008) szerint az embert mozgató motivációs rendszerben kell lenni egy olyan központi alapmotívumnak, egy olyan közös forrásnak, magának, amelyből a többi táplálkozik. Ez a központi alapmotívum nem más, mint a PROEGZISZTENCIA, vagyis elsődleges, központi értelemben a SZEMÉLYRE irányuló proegzisztencia (*persona proegzistentia*), azaz a „MÁSOKÉRT VALÓ LÉT” (amely a társas létezés csúcspontja), illetve ennek másodlagos lenyomataként a DOLOGRA irányuló proegzisztencia, azaz a „MÁSÉRT VALÓ LÉT” (*res proegzistentia*). Ilyen pl. egy ügyért, egy eszméért, egy hobbiért, egy kutatásért való önátadás; ezt támasztja alá pl. Csíkszentmihályi „Flow”- elmélete is (Csíkszentmihályi, 2001).

A proegzisztenciális motivációs modellből kiindulva az embert – a self működésén keresztül - alapvetően két fő motivációs szál hajtja.

- **PROEGZISZTENCIA** (*másokért/másért élés*) központi alapmotiváció, centrálmotiváció - *alapcél* – primer, elsődleges cél.
- **ÉNVÉDELEM** (*selfvédelmi mechanizmus*): A proegzisztencia alapcél megvalósításához szükséges körülmények (eszközök) biztosítása – *eszközcél* – secunder, másodlagos cél (énfelépítés/énmegtartás és a veszélyek megszüntetése), ezért ez alapvetően egy másodlagos és eszköz-cél. Ez konkrétan azt jelenti, hogy az énvédelemnek egyrészt a külső dimenzióban kell küzdenie az egyén proegzisztenciális és önfenntartó motívumokra veszélyes elemek ellen, másrészt a belső dimenzióban fenn kell tartania a belső koherenciát és konzisztenciát, továbbá az élethez szükséges motivációkat célnak megfelelően, egészségesen kell működtetnie.

Abban az esetben, ha téves dekódolás folytán az eszközcél leválik az alapcélról, gyökerétől elszakadt öncélúvá torzulva, az énvédelem válik az elsődleges céllá, a proegzisztencia pedig másodlagossá fokozódik le. Azaz a *proegzisztencia* alapcélja meghíúsul, sőt, ettől kezdve már a vele teljesen ellentétes *egoegzisztencia*, azaz az önmagáért való lét kerül a gyökérmotiváció helyébe.

2.2. A társadalom motivációs rendszereinek fejlődéstörténete, úton a „Motiváció 3.0” korszaka felé

A XX. század második felében történő tudományos kísérletek és kutatások arra mutatnak rá, hogy a hagyományosnak mondható „jutalmazó-büntető” motivációs mechanizmusok hosszú távon nem működőképesek (Harlow 1950, 1953, Deci 1971). Ennek okát elsősorban abban találták meg, hogy mind a jutalmazás mind a büntetés éppen azt a belső hajtóerőt (különösen az exploráció motívumát) építi le, amely az érdeklődés fenntartását biztosítja, és amely által képes az ember az önátadásra (lásd: proegzisztencia) vagy a flow állapot megélésére, így az alkotásra, magas szintű teljesítményre is. Harlow – majmokon végzett kísérletei során – döbbenet tapasztalta, hogy a – jutalmazó/büntető motiváción túl - létezik egy új („harmadik”) motiváló tényező is, amelyet belső („intrinzik”) motivációnak nevezett el (Harlow 1950), és megállapította, hogy a külső jutalom motivációjának bevezetését követően a belső motiváció ereje, így a kapcsolódó teljesítmény is lecsökken. Harlow korát megelőző tudományos felfedezését követően két évtizedig nem történt semmi, majd Edward Deci – a Carnegie Mellon Egyetem pszichológia szakos végzős doktorandusz hallgatójaként – folytatni kezdte Harlow hasonló célú kísérleteit, és megerősítette azt a Harlow-féle hipotézist, hogy a külső jutalmazás során az egyének elveszítik a belső érdeklődésüket az általuk végzett tevékenység iránt (Deci 1971). Kísérletei azt igazolják, hogy bár a jutalmazás rövid távon

fellendülést hozhat, de a rövid pozitív hatás elmúltával csökkenti az egyén hosszú távú motivációját a tevékenység folytatására és intenzitására. Deci ezt a meglepőnek tűnő jelenséget azzal indokolja, hogy az ember ösztönösen keresi a kihívásokat, az újdonságokat, vagyis az explorációs motívum jóval erősebb, mint a tevékenység során elérendő kimeneti eredmény (Deci 1972).

Daniel H. Pink (2009) az emberi motivációs mechanizmusokat fejlődéstörténeti szempontból elemzi, és - a társadalmakat a számítógépekhez hasonlítva - kijelenti, hogy a társadalmaknak is van operációs rendszerük. Pink szerint az emberiség történelme során eddig két fő korszakról beszélhettünk, de a közeljövőt is beleszámítva, háromról is.

- A *MOTIVÁCIÓ 1.0*-nak nevezett humán operációs rendszer az ember első(dleges) motivációs rendszere, amely – az embert csupán biológiai lényként kezelve - kizárólag a *túlélésről* szól, mivel olyan, létfenntartáshoz kötődő motívumokból áll, mint az éhség, szomjúság vagy a szexualitás.
- Ezt követően következett a *MOTIVÁCIÓ 2.0* külső jutalmazásra és büntetésre épülő „társadalmi operációs rendszere”. A Motiváció 2.0 időszakában az ember már túllép az ösztönvilágon, és a jutalmazás-büntetés dichotómiáján („*keresni a jutalmazást, és kerülni a büntetést!*”) keresztül kezd működni, dolgozni, élni. Ez a XX. század rutinszerű feladatok megvalósítása során megfelelő is volt, de ez ma már lényegi „frissítésre” szorul, mivel a világ gyökeresen megváltozott. A motiváció 2.0 korszakában kitermelt ún. *X típusú magatartást* - a belső hajtóerők leépülésével párhuzamosan - elsősorban a jutalmazó-büntető rendszerre épülő „külső” vágyak és félelmek motívumai jellemzik, és nem a végzett tevékenység örömeit figyeli, hanem a vele járó lehetséges – negatív vagy pozitív – *következményeket* (Pink 2009). A XX. század közepéig úgy tűnt, hogy ez a végső állomás, az emberek alapmotivációja csak ebben a modellben működik, de Harlow és követői szinte váratlanul felfedezték a „belső motivációnak” nevezett harmadik motiváló tényezőt. Ez volt az a pillanat, amikor a tudományos világ felismerte, hogy alapjaiban kell újragondolni mindent, amit eddig az emberi motivációkról tudni véltünk, és ha ez a felismerés a társadalom összes intézményét átjárja, akkor az emberiség életében egy új korszak kezdődhet, a Motiváció 3.0 operációs rendszerére építve.
- A modern kihívásokra épülő *MOTIVÁCIÓ 3.0* „operációs rendszer” az ún. *I típusú magatartást* (Pink 2009) igényli, amely éppen ellenkező módon működik, vagyis – a gyermekek, a művészek, sportolók stb. világához hasonlóan - itt *maga a tevékenység* okoz örömforrást, nem a tevékenység „külső” végeredménye és a kapcsolódó külső jutalmak elérésének motívuma, ill. - negatívan nézve - a releváns büntetés elkerülése. Pink azt írja, hogy ez az I típusú magatartás (amely arra belső igényünkre épül, hogy a saját életünket magunk irányítsuk, hogy új dolgokat tanuljunk, alkossunk, fejlődjünk, és jobbá tegyük a környezetünket) ösztönösen bennünk van, csak az eddigi környezetek nem engedtek teret ennek kibontakozására, megélésére. A motiváció 3.0 „belső” motivációs hajtóereje tehát – amely nem függ a külső környezettől, ill. a tevékenység eredményességétől – az *maga a tevékenység végzése közbeni elégedettségérzés*, amely lényegileg különbözik a jutalmazó-büntető dichotómiára épülő külső motivációs rendszertől.

A tudományos felismerést követő hosszú csönd után a megújulásra szomjas modern üzleti világ, de a pedagógia is kezdi lassan felfedezni a motiváció 3.0 és az I típusú magatartás

jelentőségét, mert egyre inkább az látszik bebizonyosodni, hogy a tevékenység örömet tartalmazó belső hajtóerőkre épülő munkavégzés lényegesen hatékonyabb és tartósabb, mint a jutalmazó-büntető rendszerre épülő ösztönzés gyenge lábakon álló és rövid távú eredménye. Fontos, hogy a teljesítmény növekedése mellett javul az egészségi állapot, ill. maga a közérzet, a szubjektív jóllét érzése is.

3. Gamification jelentősége és működési mechanizmusa

3.1. Gamification jelentése

A játék-mechanizmus által az élet különböző területeit átjáró „gamification” kifejezésre jelenleg még nem találtak hivatalos magyar megfelelőt, de jelenleg általában a „játékosítás” kifejezést szokták magyarosan használni. A kifejezés tartalma lényegében a játékok logikájára, „receptjére” és bevált játékmechanizmusokra építő működés az élet különböző területein.

A gamification jegyében történő oktatásban résztvevők általában úgy nyilatkoznak, hogy a tanulást nem érzik tanulásnak, hasonlóképpen a gamification-típusú munkavégzéshez, ahol az egyének a munkát játékként élik meg („*a munkát nem érzem munkának*”). Ezen egyének a hétköznapi élet kihívásait, problémáit is másként élik meg az átlaghoz képest, és azt mondják, hogy a probléma nem más, mint egy kihívás („*a problémát nem érzem problémának*”).

3.2. Gamification jelentősége a XXI. században. A jövő módszertana?

Lassan minden intézménynek szembe kell néznie azzal a ténnyel, hogy ezekben az években, évtizedekben olyan (Y és Z) generációk nőnek fel, amelyeknek a korábbi nemzedékektől gyökeresen eltérő szemléletük, attitűdjük és életmódjuk van. Minden eddigi intézményesített működési rendet (különösen az oktatás és a foglalkoztatás területén) a Motiváció 3.0 jegyében gyökeresen át kell alakítani, ha azt akarjuk, hogy azok életképesek maradjanak. Meg kell értenünk a netgeneráció új nyelvezetét, kommunikációs és motivációs struktúráját, és ennek megfelelő módon formálni újra a társadalmi intézmények működési mechanizmusait. Tudnunk kell, hogy nemcsak a motivációs struktúra változott meg, hanem magának az információ befogadásának és közlésének, illetve a figyelemnek a kultúrája is. A *multitasking* típusú figyelemmegosztásról már sokat tudunk, de emellett az is érdekes, hogy mennyire lerövidül az „információ-befogadási tartomány” (bizonyos kutatások szerint egy netgenerációs egyén legfeljebb 7 percig képes tartósan figyelni egy adott dologra), amely idő alatt, ha nem történik valami számára érdekes, ingergazdag impulzus, egyszerűen továbblép. Ezen generációk tagjait szinte csak a gyors, impulzív, élményalapú információ érdekli. Mindemellett beszélhetnénk a kommunikációs változásokról is (közösségi szerveződés alapú online jelenlét, a hagyományos kommunikációs eszközök teljes elhagyása, stb.), de ennek részletes bemutatására - jelen tanulmány szűk keretei miatt - nincsen lehetőség. Ha összefoglalóan és egyszerűen kell fogalmazni, akkor azt is mondhatnánk, hogy a Motiváció 3.0 vezette modern korban az egész társadalomnak, minden tekintetben *netgeneráció-kompatibilisnek* kell lennie. A gamification jelenségének – oktatásban, munkahelyeken és az üzleti szférában történő - megjelenésével azonban ez a folyamat már el is indult.

Akár egy munkahelyet nézünk, akár egy oktatási intézményt, a gamification hatékonyság- és teljesítménynövelő tényezőjének három alapvető katalizátora (1) a már többször említett egyéni és csoportos *motiváció* növekedése, a (2) az adott közösséget összekötő *kohézió* erősítése, valamint a (3) a játékos folyamatok célrendszeréből adódó *eredmény-centrikusság*.

A teljesítmény növekedése mellett legalább hasonló jelentőségű hatás az egyén *pozitív közérzetének*, illetve a közösség „közhangulatának” érdemi emelkedése, tekintve, hogy a Homo Ludens, vagy - ahogy Pink fogalmaz (2009) – az I típusú magatartás attitűdjét hordozó személy minden fontos tevékenysége közben a *szabadság*, játékos *exploráció* pozitív élményét érzi, méghozzá mindezt egy hasonló célok mentén szerveződő *közösség* keretén belül.

Ha arra az általános kérdésre keressük a választ, hogy milyen területeken tud segíteni a gamification, akkor arra röviden nyugodtan mondhatjuk, hogy az élet minden területén alkalmazható. Azonban vannak olyan ágazatok, ahol a gamification bevezetése szinte kötelező is, a fentiekben kifejtett okok miatt. Ezek az egészségügy, az oktatás, a foglalkoztatás, valamint a marketing és a HR területei.

3.3. Mitől működik a gamification, mi is a játékipar immerzív „sikerreceptje”?

Érdekes jelenség, amikor azt látjuk, hogy a videójátékok „káros hatásán” kesergők arra panaszkodnak, hogy „*a gyermek egész nap nem csinál semmit, nem tanul, hanyagolja a kötelességeit, de közben egész nap játszik*”; sőt, sokan még az alvásidejüket is feláldozzák a játék oltárán. Azonban itt, ezen a ponton megállunk. Ez azért gond, mert így éppen a lényegi felismerés katartikus pontja előtt törünk pálcát, és nem látunk meg egy rendkívül fontos dolgot. Igazából csak annyit kellene tennünk, hogy megnézzük a mélyen meghúzódó okokat. Meg kell vizsgálni, hogy miért nem tanul a gyerek, vagy miért nem dolgozik rendesen a felnőtt, majd ezt követően jöhet a legfontosabb kérdés: valójában mit is tud a játék, hogy ilyen vonzereje van, hogy a játékos egyén képes mindent feladni ezért a tevékenységért? Korunk egyik legjelentősebb kérdése ez, amelyre egyelőre még csak keressük a választ – a hétköznapi tapasztalatok vagy tudományos kutatások útján. Abban az esetben ugyanis, ha a tanulságokat megtaláljuk és annak mechanizmusát pontosan megismerjük, akkor a felfedezett „sikerreceptet” átültethetjük az élet minden területére, különösen az oktatás és a munka világára, módszertani eszközeire vonatkozóan.

A gamification témáját kutatva (eredményeit lásd: 5. fejezet) az alábbi lehetséges válaszok fogalmazódtak meg a fenti kérdésre. Véleményem szerint a számítógépes- és videójátékok immerzív hatásának okát vizsgálva az alábbi három jelentős tényezőben foglalható össze.

1. *optimális terhelés* esetén az az ideális pont valósul meg, amelyben a játék okozta kihívások, feladatok tökéletes egyensúlyban vannak a játékos képességeivel, kompetenciáival és a játék adta eszköztárral, mozgástérrel. Itt gyakorlatilag a flow-hatásról beszélhetünk, amely során a tevékenység tökéletes „áramlat-élményt” nyújt az egyén számára, amely a játék örömein túl sikerélményeket is ad.
2. *ideális beszíntezés*, amelyben a célok rendszere van ideálisan megalkotva.
 - Nagyon fontos, hogy minden komoly játéknak van egy elérendő, végső *Nagy Célja*, amelyet a játékos mindvégig szem előtt tart, és ez hajtja őt minden nehézségen át. Kell lenni mindig egy *Nagy Történetnek*, amelyben az egyén úgy érzi, hogy végre részese valami nagyobb dolognak, ami értelmet ad minden játékban eltöltött cselekedetének.
 - A Nagy Cél mellett a profi játékfejlesztők figyelnek arra is, hogy ezt „feldarabolják” sok *kis célra*, amely így nem engedi a játékosnak, hogy a végső cél túlságosan messze lévő, sokszor elérhetetlennek tűnő mivolta miatt abbahagyja a játékot. Ennek érdekében a jó mechanizmusú játékok – a Nagy Cél

„felszámizva” – a „kis, közeli célokra” lehető legtöbb visszacsatolást, jutalmazó mechanizmust építenek – ezeket nevezzük szinteknek. Minél több szint van, annál több a kis cél, amely biztosítja a gyakori (szélsőséges esetben: folyamatos) pozitív élményeket.

3. *ideális jutalom-rendszer*, amely biztosítja mindazt a pozitív élményt, ami a hétköznapi tapasztalásra sajnálatos módon nem igazán jellemző. Ez azt jelenti, hogy *minden apró teljesítés után, minden esetben* pozitív visszacsatolás, vagyis jutalmazás történik, és mindig „azonnal”, vagyis rögtön a teljesítést követően. A harmadik fontos tényező, hogy ezek a jutalmak arányosak a teljesítménnyel, tehát nincsenek olyan (pozitív vagy negatív) asszimetriák, mint ami a valós élethelyzetekre oly jellemzők; így az egyén igazságérzete is biztosítva van.

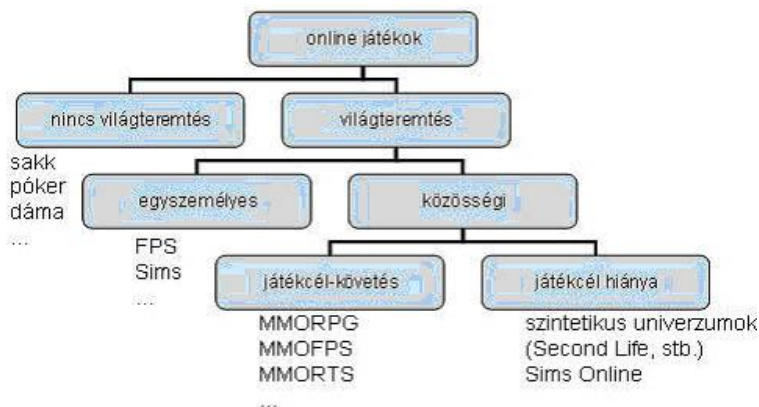
4. Online közösségi játékok

4.1. Online közösségi játékokról röviden

A számítógépes és *online játékok* története, típusai tekintetében Kömlődi Ferenc az *Online közösségi játékok*¹ című munkájában (Kömlődi 2008) részletesen bemutatja az online játékok struktúráját és különbségeit, amelyben kitűnik a *közösségi* jelleg és a *játékcél-követés* mozzanatának jelentősége.

6. ábra

Online játékok családfája (Kömlődi: 2008)



Az MMORPG (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*) lényegében egy olyan szerepjáték, amely kizárólag online térben, vagyis az interneten keresztül játszható, egy időben akár több ezer másik játékosal együtt. A játékosoknak az MMORPG-n keresztül lehetőségük nyílik arra, hogy - ebben a virtuális világban - egy időben, több (tíz) ezer felhasználóval együtt játszhassanak, szövetségeket köthessenek, világokat fedezhessenek fel, vagy akár harcoljanak. Más számítógépes játékokhoz képest az egyik leglényegesebb különbséget az jelenti, hogy ennek a játéknak gyakorlatilag nincsen konkrét vége. Az MMORPG világok egyik sajátossága, hogy akkor is fejlődik, folytatódik a virtuális élet, zajlanak az események, amikor a játékos „offline” üzemmódban van, vagyis mikor éppen nem

¹ Kömlődi Ferenc: *Online közösségi játékok*, http://www.nhit-it3.hu/it3-cd/A30_Online%20kozosségi.pdf, (letöltés 2012.02.11.)

játszik rajta. A hagyományos „offline” szerepjátékhoz (RPG) hasonlóan itt is egy kitalált karaktert (avatárt) kell megalkotni és irányítani. Az MMORPG játékokban a játékos karaktereken (ún. PC – *Player Character*) kívül találhatóak ún. *nem játékos karakterek* (NPC – *Non-Player Character* - a számítógép által irányított karakterek) is, amelyek lehetnek agresszívek, békés, humanoid lények vagy szörnyek, és egy előírt script szerint különböző általános feladatokat látnak el (pl. szolgálhatnak árusként, raktárosként, hajóirányítóként), amit a játékos karakterek nem tudnak. Ezek a karakterek folyamatosan, a nap 24 órájában jelen vannak mindenhol, és mászkálnak ún. „*navigation pointok*” segítségével.

4.1.2. Interakció- és játékos típusok az MMORPG-ben

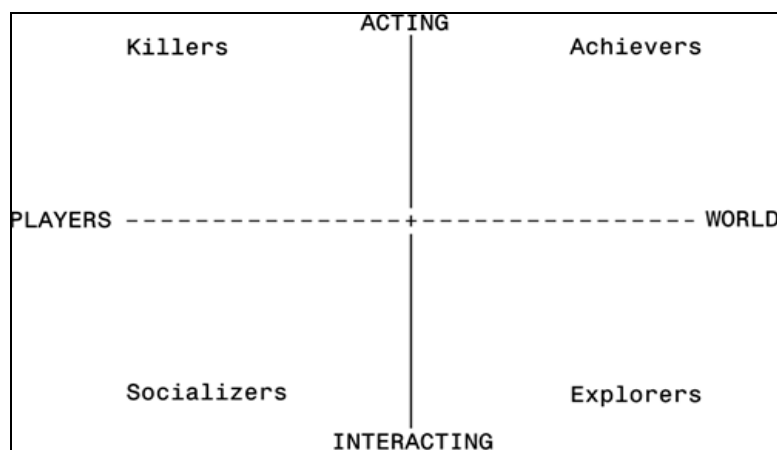
A játékosok lehetséges tipizálásának bemutatása során az MMORPG-kutatások két nagy klasszikusának, *Richard Bartle* (négy fő játékos-kategória két dimenzióban) és *Nick Yee* (három fő motivációs komponens és tíz szubkomponens) rendszerét fogom az alábbiakban röviden bemutatni.

Richard Bartle (1996) négy csoportra osztja a játékos kategóriákat.

1. **TELJESÍTŐK** (*achievers*), akik az eredményességre törekedve a játék céljait keresik (pl. kincsek gyűjtése, készségek fejlesztése, rejtélyek megoldása)
2. **FELFEDEZŐK** (*explorers*), akik a játéktérrel felderítésére, titkok megismerésére törekednek
3. **TÁRSASÁGIAK** (*socializers*), akik másokkal való kapcsolatra, ismerkedő szándékkal törekednek
4. **GYILKOSOK** (*killers*), akik másoknak való károkozásra vagy elpusztítására törekednek

Bartle – a kapcsolati dinamika feltárása céljából - ezt a négy alaptípust egy általa készített kétdimenziós (*cselekvés-kapcsolat* - *acting-interacting* - és *játékos-világ* - *players-world*-) dimenzió pár) grafikonba (7. ábra) helyezte.

7. ábra
Bartle-féle játékos kategóriák (Bartle: 1996)



Ezen modell alapján pl. a *teljesítőket* elsősorban a világban való cselekvés motiválja, míg a *társaságiakat* pedig főleg a másik játékosal való kapcsolat érdekli. A *gyilkosok* más

játékosok legyőzésén, blokkolásán keresztül cselekszenek, a *felfedezők* számára pedig az elsősorú motiváció a virtuális környezet világának megismerése.

Nick Yee 2003-2006 közötti *Daedalus Project*² keretén belül lefolytatott kutatása alapján (amelyben több mint 35.000 MMORPG játékost³ vont be) három fő motivációs komponensre és tíz szubkomponensre osztja a játékos kategóriákat.

1. TELJESÍTMÉNY (*achievement component*)

a) *ELŐREMENETEL (advancement)*

- játékos fejlődése (*progress*)
- hatalom-érzet (*power*)
- nyersanyag-gyűjtés (*accumulation*)

b) *RÉSZLETEK (mechanics)*

- számok (*numbers*)
- különböző százalékok, játékbeli értékek, a karakter optimalizálása (*optimization*)

c) *VERSENGÉS (competition)*

- versenyzés (*challenging others*)
- provokálás (*provocation*)
- mások irányítása (*domination*)

2. KAPCSOLAT (*social component*)

a) *SZOCIÁLIS ÉRINTKEZÉS (socializing)*

- rendszeres csetelés (*casual chat*)
- mások segítése (*helping others*)
- barátságok kialakítása (*making friends*)

b) *KAPCSOLAT (relationship)*

- a valós életbeli személyiség megjelenése (*personal*)
- a mások felé való megnyílás (*self disclosure*),
- segítség kérése és adása (*find and give support*).

c) *CSAPATMUNKA (teamwork)*

- együttműködés (*collaboration*)
- csapatmunka (*work in group*)
- csapatfejlődésben való gondolkodás (*group achievements*)

3. ELMERÜLÉS (*immersion component*)

a) *FELFEDEZÉS (discovery)*

- területek bebarangolása (*exploration*)
- rejtett dolgok felkutatása (*finding hidden things*)

b) *SZEREPJÁTÉK (role-playing)*

- háttértörténet kialakítása (*character history*)
- különböző szerepek (*roles*)
- fantázia nagy szerepe (*fantasy*)

² Yee, Nick: The Daedalus Project, <http://www.nickyee.com/daedalus>, (letöltés 2012.03.11.)

³ Yee kutatásából az derül ki, hogy egy átlagos MMORPG játékos 25 év körüli és heti 24 órát játszik

- c) *EGYEDISÉG (customization)*
 - kinézet (appearance)
 - stílus (style)
 - kiegészítők (accessories)
- d) *MENEKÜLÉS (escapism)*
 - kikapcsolódás (relax)
 - menekülés a valós életből (escaping from real life)
 - való életbeli problémák feledése (avoid real life problems)

5. Online játék (MMO) kutatás 2011-2013

5.1. Kutatás célja, kutatási terv

A 2011 februárjában indított, longitudinális, három évig tartó, online játékosokat vizsgáló kutatásom központi kérdése, hogy az online szerepjátékoknak milyen a hatása a játékosokra? Milyen módon hat a személyiségre és az emberi kapcsolatokra?

A soklépcsős kutatás-sorozatomban első állomása, hogy egy nagymintás, online kérdőíves adatfelvétel keretében olyan kérdésekre kapjak választ, mint pl. a játékosok demográfiai adatai, motivációi, és játék-életútja. Ezt követően következnek a játékosokkal történő interjúk, amelyek a kérdőívben szereplő kérdések kvalitatív módon történő mérését és egyben a kérdőív kontrollját célozzák. Harmadik lépésben következik a pszichológiai és motivációs tesztek alapján történő mérés, amelyek a játékosok érzelmi kontrolljának és játékkal kapcsolatos motivációjának validált mérésére hivatottak. Utolsó szakasz pedig egy fMRI típusú agykutatás lenne, amelyben a játékosok agytevékenységének mérése történne játék közben. Mindezeket megismételném 2012-es és 2013-as években is, amiből majd időbeli változásokra, trendekre is lehet majd következtetni.

A kutatásom során vizsgált csoportok az alábbiak.

- Célcsoport:
 1. **Sokszereplős online szerepjátékok** (MMORPG: *massively multiplayer online role-playing games*) játékosai.
- Kontroll csoportok:
 2. **Sokszereplős online stratégiai játékok** (MMORTS: *massively multiplayer online real-time strategy games*) játékosai.
 3. **Sokszereplős online belső nézetű lövöldözős játékok** (MMOFPS: *massively multiplayer online first-person shooter*) játékosai.
 4. **Fórum alapú szerepjátékok** (FRPG: *Forum based role playing games*) játékosai.
 5. **Asztali szerepjátékok** (RPG: *role playing games*) játékosai.
 6. **Élő szerepjátékok** (LARP: *Live action role-playing games*) játékosai.
 7. **Táblás, asztali stratégiai játék** játékosai.
 8. **Gyűjtögetős kártyajáték** játékosai

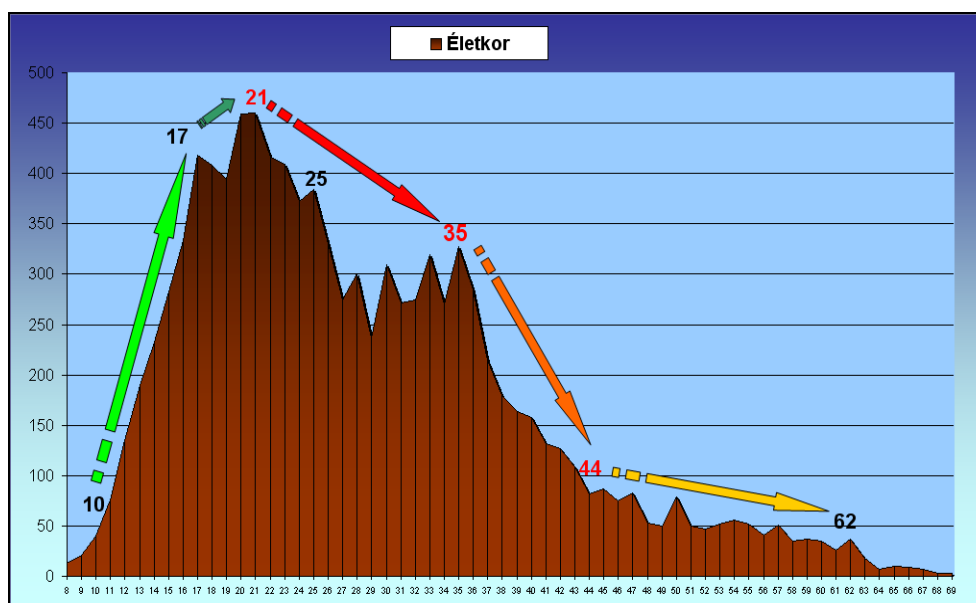
5.2. Kutatás eddigi eredményei

A három éves kutatás-sorozat jelen státusza, hogy a 2011. évre vonatkozó kérdőíves adatfelvétel ideje szeptemberben lezárult, és jelenleg még a játékosokkal történő interjúk

adatfelvétel szakasza van. A kérdőív lezárását követő rövid adatfeldolgozás alapján az alábbi eredmények születtek.

A 2011. március és szeptember közötti, online játékosokra vonatkozó kérdőívet összesen 12.425 játékos töltötte ki, ebből 58%-a férfi és 42%-a nő, a játékosok átlagos életkora pedig 28 év. Azonban ha az online kérdőívet megbontjuk a sokszereplős online játékok (MMOG) két fő csoportjára, az online szerepjátékosokra (MMORPG) és a sokszereplős online stratégiai játékosokra (MMORTS), akkor sokkal pontosabb képet kapunk a demográfiai adatokat illetően (8. ábra). Ekkor kiderül, hogy ezen két kategória mentén teljesen más arányok és jellemzők rajzolódnak ki. Míg a szerepjátékosok átlagéletkora 23 év, a stratégiai játékosoké 31 év, tehát majdnem egy évtizednyi különbség van az életkort tekintve. Azonban nemcsak a kor dimenziójában, hanem nemek arányában is nagy eltéréseket tapasztalhatunk. Az online szerepjátékosoknál jelentős férfi dominancia van (85%), a stratégiai játékoknál pedig éppen ellenkező a helyzet, itt a nők játszanak a leginkább (63%).

8. ábra
Online játékosok korfája



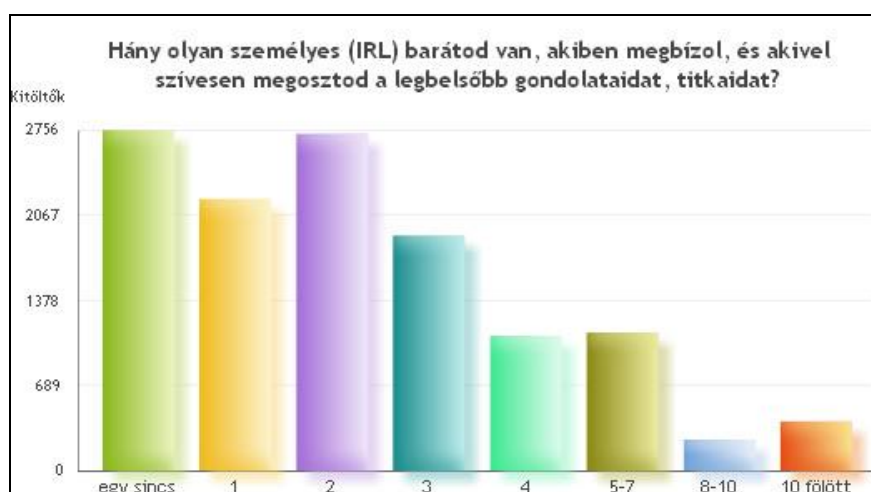
A kérdőív további adatait illetően – jelen szűk keretek miatt – csak összevontan, az összes online játékosok általi válaszok szerint fogom bemutatni az eredményeket. A felmérés szerint a magyarországi online játékosok átlagosan napi 3 órát játszanak online játékkal, általában 2-3 éve, de a játék-intenzitás „életciklusa” 4-5 év után kezd leáldozni. A szerepjátékosok közül átlagosan három online karakterrel (avatárral) játszanak, és ezek elsősorban a játékoséval azonos nemű karakterek, viszont érdekesség, hogy a nők - arányaiban - több karakterrel játszanak, viszont a férfiak – a nőkhöz képest – pedig az ellenkező nemű karaktereket preferálják jobban.

A kérdőív eredménye szerint a játékosok leginkább azért játszanak, hogy egyszerűen csak *kikapcsolódjanak, pihenjenek*. Mindemellett nagyon fontos cél a játék *kalandos világának* felfedezése, a maximális *teljesítmény* elérése és a *kapcsolatok ápolása* is. Bár a kompetitív típusú motívumok erősek a szerepjátékosok körében, mégis megállapítható, hogy a közösségi szempontból nézve destruktívabb jellegű értékek egyáltalán nem jellemzőek, olyannyira, hogy a válaszadások során a leggyengébb motívumok éppen a *hatalom* megszerzése és a *mások legyőzése* voltak.

A játékosok szerint az általuk játszott online játék leginkább a csapat-munkájukat, a kommunikációs és a problémamegoldó képességüket fejlesztette. A kutatás a kommunikációs kultúra változását is vizsgálta: a résztvevők többsége szinte csak interneten tartja a kapcsolatot a barátaival, a telefonját így általában szinte csak vészhelyzetre használja. Sőt, a legtöbb válaszadó még egy e-mailt sem küld egy átlagos nap, inkább az azonnali üzenetküldő szolgáltatások mentén kommunikálnak, főleg a skype, az MSN vagy a Facebook felületein keresztül. A résztvevők többségének 2-3 olyan valós, „IRL/offline” barátja van, akivel a legbelsőbb titkait is megosztja (9. ábra), de a virtuális világban - akivel még nem találkozott személyesen – ebből legfeljebb csak egy „online” barát van (10. ábra); és a személyes barátokat amúgy is lényegesen fontosabbnak tartja, mint a virtuálisakat.

9. ábra

Online játékosok személyes barátainak száma



10. ábra

Online játékosok online barátainak száma



A kapcsolati dimenziót elemezve a kutatás egy pillanatra áttekint az online társadalom másik nagy pillérére, a közösségi oldalak világára is. A kérdőív adatai alapján elmondható, hogy az online játékosok 74%-a Facebook-felhasználó, azaz elég nagy az átjárás a két nagy online felület, platform között. Érdekes, hogy azon online játékosoknak, akik regisztráltak

a Facebook közösségi oldalon, átlagosan *180 ismerősük* van, de ebből csak *14 emberrel* tartják rendszeresen a kapcsolatot.

Hivatkozások

- Bartle, Richard. 1996. *Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who suit MUDs*. *Journal of MUD Research*, 1(1). Available: <http://journal.pennmush.org/v1n1> (19 May 1996).
- Csikszentmihályi Mihály. 2001. Flow – Az áramlat. *Akadémiai Kiadó*, Budapest,
- Deci, Edward, L. 1971. Effects of Externally Mediated Rewards on Intrinsic Motivation (A kívülről közvetített jutalmak hatása a belső motivációra). *Journal of Personality and Social Psychology* 18, 114
- Deci, Edward, L. 1972. Intrinsic Motivation, Extrinsic Reinforcement, and Inequity (Belső motiváció, külső megerősítés és a méltánytalanság). *Journal of Personality and Social Psychology* 22, 119-120.
- Diener, E., Sandvik, E., Seidlitz, L., Diener, M. 1993. The relationship between income and subjective well-being: relative or absolute? *Social Indicators Research*. Vol. 28. No. 3. pp. 195–223.
- Diener, E., Suh, E., Oishi, S. 1997. Recent Findings on Subjective Well-Being. *Indian Journal of clinical Psychology*. Vol. 24. No. 1. pp. 25–41.
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R., Smith, H. 1999. Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin*. Vol. 125, No 2. pp. 276-302.
- Diener, E., Seligman, M. E. P. 2004. Beyond money: Toward an economy of well-being. *Psychological Science in the Public Interest*. Vol. 5. No. 1. pp. 1–31.
- Fromann, R. 2008. Belső és külső konfliktus kapcsolata. ELTE TÁTK. Szakdolgozat.
- Harlow, Harry F., Harlow, Margaret, K., Meyer, Donald, Ronald, R. 1950. Learning Motivated by a Manipulation Drive. *Journal of Experimental Psychology* 40, 231-234.
- Harlow, Harry F. 1953. Motivation as a Factor in the Acquisition of New Responses (A motiváció mint az új válaszreakciók egyik tényezője). *In Current Theory and Research on Motivation*. University of Nebraska Press, Lincoln, 46.
- Kömlödi Ferenc: *Online közösségi játékok*, (2008. június), elérhető: http://www.nhit-it3.hu/it3-cd/A30_Online%20kozossegi.pdf, (letöltés 2012.03.11.)
- Pink, Daniel, H. 2009. *Drive: The Surprising Truth About What Motivates Us*. *Riverhead Books*. Penguin Group.
- Ryan, R. M., Deci, E. L. 2001. On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual Review of Psychology*. Vol. 52. No. 1. pp. 141-166.
- Szondy, M. 2004. A szubjektív jóllét és a törekvések kapcsolata késő serdülőkorban. *Alkalmazott Pszichológia*. Vol. 6 No. 4. pp. 53 – 72.
- Yee, Nick. 2006. The Psychology of Massively Multi-User Online Role-Playing Games: Motivations, Emotional Investment, Relationships and Problematic Usage. In R. Schroeder & A. Axelsson (Eds.), *Avatars at Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments* (pp. 187-207). London: Springer-Verlag.
- Yee, Nick. *The Daedalus Project*. Available: <http://www.nickyee.com/daedalus> (letöltés 2012.03.11.)