Doktori (PhD) értekezés

Fromann Richárd

2016.

EÖTVÖS LÓRÁND TUDOMÁNYEGYETEM

Társadalomtudományi Kar

Szociológia Doktori Iskola

Interdiszciplináris Társadalmi Kutatások Program

Fromann Richárd

HOMO LUDENS TÁRSADALMA KÜSZÖBÉN

Doktori (PhD) értekezés

Témavezető

Dr. habil Siklaki István

Budapest, 2016

KIVONAT

Disszertációm fő célja, hogy kutatásommal rámutathassak a *játékos világszemlélet* kérdésének aktualitására, jelentőségére, pozitív hozadékára, valamint az, hogy hozzájárulhassak e látásmód széles körű elterjedéséhez és beágyazódásához. Véleményem szerint a játékos világszemlélet a *Homo Ludens* társadalmi *attitűdje*, amelynek csupán kiinduló pontja a *gamification* megjelenése. A játékosítás nem egy technika, nem pusztán egy eszköz vagy egy módszer, hanem valójában egy új (információs) korszak által megkövetelt szemlélet manifesztuma, amelyben a *játék* segít *kilépni* a *gondolkodásbeli korlátaink* és *beidegződéseink kereteiből*. Kutatásom *alapfeltételezése*, hogy a virtuális világok terében működő *online közösségi játékok* működése jól *reprezentálja* azokat az egyéni és szociális *erőket* és *motivációkat*, amelyeket a *gamification* képes a valós, fizikai térbe *konvertálni*, és ott *megvalósítani*. Ebből a feltételezésből kiindulva kutatásom során mindvégig igyekeztem igen nagy hangsúlyt fektetni az online közösségi játékok és játékosok megismerésére.

ABSTRACT

The *main aim of my dissertation* is, through my research, to demonstrate the pertinence of the question of the *gaming worldview*, its importance, and positive effects, and also to enable me to contribute to the broad dissemination and adoption of this approach. In my view, the gaming worldview is the social *attitude* of *Homo Ludens*, which is merely the starting point for the appearance of *gamification*. Gamification is not a technique, not merely a tool or a method, but actually the manifestation of an approach demanded by a new (IT) era, in which the *game* helps us to *step outside* the *limitations of our thinking* and *conditioning*. The *basic assumption* of my research is that the operation of *online community games* present in the space of virtual worlds gives a good *representation* of the individual and social *forces and motivations* that *gamification* is able to *convert* into real physical space and to *realize* them there. Proceeding from this assumption throughout my research I have endeavoured to give great emphasis to acquainting the reader with online community games and players.

ÉDESAPÁMNAK

Akitől megtanultam, hogy mindenben az értéket kell keresni.
Aki megmutatta, hogyan kell azokért küzdeni.
Aki példát adott, hogyan kell emberré válni.

Köszönök Neki mindent,
hogy életével utat tört előttem.
Most Neki ajánlom az egész munkásságomat,
különösen e disszertációmat.

Szubjektív előszó

Gyermekkorom óta megszállottan foglalkoztat az a sorskérdés, hogy valójában mi mozgatja az embert, miért érdemes élni, melyek az igazán fontos és értékes dolgok az életben. Ezért is lettem kutató, pedagógus és nem utolsósorban képzőművész. Bár fiatal korom óta mindig is meghatározó volt számomra a játék, valójában a játékosságot „belülről" műveltem. Világszemléletemben kiemelten fontos a játék igazi lényege: a „szabadsági fok", az ismeretlen jövő kínálta lehetőségek játékos tárháza. A játék számomra egy látásmód, egy filozófia, amely jobbá teheti az életünket. A játékokat mindig is izgalmasnak találtam, amelyekben a felfedezés élménye, a kiszámíthatatlanság pozitív feszültsége igazán érezhető volt. Legyen ez offline/fizikai vagy online/virtuális játék – a játékélmény számomra univerzális, és semmilyen platformhoz nem köthető. Hiszem, hogy a játékok világa egy különleges érték, amely mindenkihez szól, és „újrarendező" szabályaival képes felülírni még azokat a sztereotip képeket és előítéleteket is, amelyek a játékon kívüli világban megoldhatatlannak és feloldhatatlannak tűnnek. Hatodik éve tartó kutatásom során sikerült belecsöppennem és belelátnom egy olyan fantasztikus világba, amely alapján tiszta szívből mondhatom, hogy az emberi társadalom valóban a „Homo Ludens társadalma küszöbén" van. Jelen disszertációmban arra teszek kísérletet, hogy ezt bemutassam.

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés – Homo Ludens a XXI. században ... 12
1.1. A disszertáció célja, témája és felépítése ... 12
1.1.1. A disszertáció célja és témája ... 12
1.1.2. A disszertáció felépítése ... 13
1.2. „Homo Ludens” és a „játékos világszemlélet” ... 15
1.2.1. Huizinga: Homo Ludens ... 15
1.2.2. Gamification és a „játékos világszemlélet” megjelenése ... 17
1.3. „JátékosLét” Kutatás (2011–2015) ... 19
1.3.1. A „JátékosLét” kutatás alapjai ... 19
1.3.1.1. A kutatás célja, elnevezése és célcsoportja ... 19
1.3.1.2. A vizsgált populáció és kutatásba bevont minta meghatározása ... 21
1.3.1.3. A kutatás mintavételi eljárása, adatfelvétel módja ... 23
1.3.2. A 2011–2015 közötti JátékosLét-kutatás eredményeinek összefoglalása ... 25
1.3.2.1. Demográfiai adatok ... 25
1.3.2.2. Játékhasználati adatok ... 29
1.3.2.3. Játékosok motivációi ... 32
1.3.2.4. A játékok pozitív hatásai, fejlesztett kompetenciák ... 33
1.3.2.5. Játékosok szabadidős tevékenységei ... 33
1.3.2.6. Játékosok offline és online kapcsolatai ... 35
1.3.2.7. Játékosok kommunikációja és aktivitása a közösségi oldalakon ... 40
2. Az információs társadalom virtuális közösségei ... 44
2.1. Információs társadalom és a netgeneráció ... 44
2.1.1. Információs társadalom ... 44
2.1.2. Globalizálódó világ, globalizálódó generációk ... 46
2.1.3. Új generációk, új értékek, új motivációk ... 48
2.1.3.1. McCrindle generációs tipológiája ... 48
2.1.3.2. Generációk a digitális szocializáció fényében ... 53
2.2. Virtuális világok, online játékos közösségi terek ... 57
2.2.1. A virtuális világok valósága ... 57
2.2.1.2. Avatárok, karakterek ... 59
2.2.1.3. Virtuális környezet ... 61
2.2.1.4. A „Second Life” virtuális metaverzuma ... 62
2.2.2. Az „MMORPG”-k világa és játékos közössége ... 64

2.2.2.1. Az MMORPG fogalma, főbb jellemzői ... 64
2.2.2.2. Előzmények, kezdetek ... 66
2.3. „Virtuális reinkarnáció”: online és offline státuszok kapcsolata ... 73
2.3.1. Virtuális és valós kapcsolati kölcsönhatások az online játékosok körében ... 73
2.3.2. Az MMORPG virtuális közösségeinek szabályrendszerei ... 74
2.3.2.1. Státuszok és elvárások ... 75
2.3.2.2. Szervezeti felépítés és működés ... 76
2.3.3. Online/offline státuszkonzisztencia vizsgálat ... 84
3. Új motivációs rendszerek ... 93
3.1. Az Easterlin-paradoxon üzenete ... 93
3.1.1. A „boldogság” tudományos meghatározása ... 94
3.1.2. Az Easterlin-paradoxon jelenségének rövid bemutatása ... 94
3.1.3. Az elsődleges oksági kapcsolat keresése az Easterlin-paradoxon feloldásán keresztül 98
3.1.4. Posztmateriális megközelítések ... 98
3.1.5. A „Megbontott Boldogság” modellje ... 101
3.1.6. Összegzés ... 106
3.2. Motiváció 3.0 ... 107
3.2.1. Fókuszban az intrinzik motivációk ... 107
3.2.2. Pink-féle motivációs rendszerek ... 110
3.3. A játékosmotivációk vizsgálata ... 111
3.3.1. Flow és játék ... 111
3.3.2. Játékosmotiváció-tipológiák ... 114
3.3.2.1. Bartle-modell ... 114
3.3.2.2. Yee-modell ... 117
3.3.3. „F-modell” – A JátékosLét-kutatás játékostipológiája ... 119
3.3.3.1. A JátékosLét-kutatás motivációs lábának jelentősége ... 119
3.3.3.2. Az F-modell validálásának első szakasza: 2011–2013 ... 120
3.3.3.3. Az F-modell validálásának második szakasza: 2014–2016 ... 131
4. A gamification megjelenése a társadalomban ... 140
4.1. A játékok jelentősége ... 140
4.1.1. A játék fogalma ... 141
4.1.2. A videojátékok pozitív hatásainak a kutatása ... 146
4.2. A gamification kezdete, fogalma és alapjai ... 150
4.2.1. A gamification kezdete és fogalma ... 151
4.2.1.1. A gamification kezdete és előzményei ... 151
4.2.1.2. A gamification fogalom értelmezései ... 152

4.2.1.3. A játék és a játékosítás határvonalai ... 157
4.2.2. Gamification működése és hatásmechanizmusai ... 161
4.2.2.1. Játékmechanika („*Game Mechanics*”) ... 162
4.2.2.2. Játékdinamika („*Game Dynamics*”) ... 166
4.2.2.3. A játékmechanika és a játékdinamika kapcsolata ... 169
4.2.2.4. A gamifikáció immerzív, pszichológiai ereje ... 170
4.3. Gamification alkalmazási területei ... 174
4.3.1. Gamification az oktatásban ... 175
4.3.1.1. Játékalapú tanulás („*Game-based learning*”) ... 176
4.3.1.2. Játékosított tanulás („*gEducation*”) ... 179
4.3.2. Gamification a munkahelyen és az üzleti folyamatokban ... 189
4.3.2.1. Vállalatok belső folyamatainak gamifikálása ... 191
4.3.2.2. Külső, üzleti folyamatok gamifikálása: játékosított sales és marketing ... 199
4.4. A gamification határai, torz értelmezései és tévútjai ... 203
5. A disszertáció összefoglalása és szubjektív következtetések ... 215
5.1. A dolgozat rövid összefoglalása ... 215
5.2. Szubjektív következtetések, a „játékos világszemlélet” megfogalmazása ... 216
6. Felhasznált irodalom ... 220
7. Köszönetnyilvánítás ... 227
8. MELLÉKLETEK ... 228

Táblajegyzék

1. tábla *A 2011–2015 közötti kutatás nem és kor szerint differenciált adatai* ... 26
2. tábla *A játékosok családi állapotára vonatkozó adatok (2011–2015)* ... 28
3. tábla *A játékosok foglalkozási státuszára vonatkozó adatok (2011–2015)* ... 28
4. tábla *Játékidőre vonatkozó adatok (2014–2015)* ... 29
5. tábla *A játszási gyakoriságra vonatkozó adatok (2014–2015)* ... 30
6. tábla *A játéktapasztalatra vonatkozó adatok (2014–2015)* ... 31
7. tábla *A játékon kívüli szabadidős tevékenységre vonatkozó adatok (2012)* ... 34
8. tábla *A szabadidős tevékenységek összevont csoportosítása (2012)* ... 35
9. tábla *Az offline barátokra vonatkozó adatok (2011–2015)* ... 36
10. tábla *Az online barátokra vonatkozó adatok (2011–2015)* ... 37
11. tábla *Az online-ból offline baráttá válás adatai (2012–2015)* ... 38
12. tábla *Az online-ból offline párkapcsolattá válás adatai (2012–2015)* ... 38
13. tábla *A játékba bekapcsolódó családtagokra vonatkozó adatok (2012–2015)* ... 39
14. tábla *A kommunikációs csatornák sorrendjére vonatkozó adatok (2012–2015)* ... 41
15. tábla *A közösségi oldalak használatára vonatkozó adatok (2012–2015)* ... 42
16. tábla *Státuszkonzisztencia-vizsgálat mintája* ... 85
17. tábla *Státuszkonzisztencia-vizsgálat – iskolai végzettség (végszintkat_1)* ... 86
18. tábla *Státuszkonzisztencia-vizsgálat – életkor (korcsop1)* ... 86

19. tábla *Státuszkonzisztencia-vizsgálat – szervezés-vezetés (szervez_1)* ... 87
20. tábla *Státuszkonzisztencia-vizsgálat – foglalkozási státusz (fogl_szint2)* ... 88
21. tábla *Státuszkonzisztencia-vizsgálat – online vezető* ... 89
22. tábla *Státuszkonzisztencia-vizsgálat – ANOVA* ... 90
23. tábla *Státuszkonzisztencia-vizsgálat – Model Summary* ... 91
24. tábla *Státuszkonzisztencia-vizsgálat – Coefficients*[a] ... 91
25. tábla *Hipotetikus F-modell (2014)* ... 130
26. tábla *F-modell – 2014. évi adatok feltáró faktorelemzése után (2015)* ... 132
27. tábla *A validált F-modell – konfirmatív faktoranalízis után (2016)* ... 135
28. tábla *Az „ÖJM Teszt" 42 iteme – a 7 játékostípushoz rendelve (2016)* ... 136
29. tábla *Az „ÖJM Teszt" 42 iteme – 4 kérdéscsoporthoz rendelve (2016)* ... 138
30. tábla *A játékok példával illusztrált alapkategorizálása Caillois szerint* ... 143
31. tábla *A gamifikációs definíciók leggyakoribb alapfogalmai (%-osan)* ... 153
32. tábla *A játékokkal kapcsolatos kategóriák céljai és funkciói* ... 161

Ábrajegyzék

1. ábra Sokszereplős online játékosok bontása RPG és RTS szerint (2011) ... 27
2. ábra *A játékosok napi játékideje (2015)* ... 30
3. ábra A játékosok játszási gyakorisága (2015) ... 31
4. ábra A játékosok időbeli játéktapasztalata (2015) ... 32
5. ábra *A játékosok offline barátainak száma (2015)* ... 36
6. ábra *A játékosok online barátainak száma (2015)* ... 37
7. ábra *Párkapcsolatok létrejötte az online játékok világából (2015)* ... 39
8. ábra *A játékosok által küldött magán e-mailek száma (2011)* ... 40
9. ábra *A közösségi oldalak használati aránya (2015)* ... 42
11. ábra *Internethasználók csoportosítása generációs megközelítésben* ... 55
12. ábra *Büntetési típusok a WoW-ban* ... 83
13. ábra *Az anyagi helyzet és a szubjektív jóllét változása 1946 és 1989 között Franciaországban, Japánban és az USA-ban* ... 96
14. ábra *Elégedettség és GDP különböző országok (pontokkal jelölve) esetében* ... 97
15. ábra *Anyagi helyzet és történelmi örökség* ... 99
16. ábra *A világ országainak elhelyezkedése az értéktengelyek mentén* ... 100
17. ábra *A „Megbontott Boldogság" modelljének alapszerkezete* ... 105
18. ábra *Bartle-féle játékosidentitás kategóriák* ... 117
20. ábra *Marczewski (2014) szófelhője a gamifikációs definíciók szavaiból* ... 153
21. ábra A gamification a Game és Play, valamint a rész-egész dimenziókban ... 160
22. ábra *A játékmechanikai és játékdinamikai elemek összefüggését ábrázoló mátrix* ... 170
23. ábra *A GiM strukturája: Célok, Pszichológiai faktorok (PSZI) és Motivációs Affordanciák (M.A.)* ... 173
24. ábra *„Dragon Box"elnevezésű játék* ... 177
25. ábra *„Fold it" elnevezésű játék* ... 178
26. ábra *„Geography Map Games" nevű játék* ... 179
27. ábra *Egy 12 fős osztály értékelése a ClassDojo felületén* ... 184
28. ábra *Classcraft játékos karakterlapja* ... 185
29. ábra *MinecraftEdu* ... 187

30. ábra *Duolingo* 189
31. ábra *My Marriott Hotel szimulációs játéka* 194
32. ábra *Multipoly (PwC szimulációs játéka)* 195
33. ábra *Microsoft Language Quality Game* 199
34. ábra *Foursquare* 201
35. ábra *Nike+* 203

Képjegyzék

1. kép *Választható avatárok a Second Life világában* 61
2. kép *Avatárok megjelenése a Second Life virtuális, 3D-s környezetében* 63
3. kép *World of Warcraft* 66
4. kép *Az asztali szerepjáték kellékei* 68
5. kép *Tipikus MUD játékfelület* 70
6. kép *„Meridian 59” játék* 72

1. BEVEZETÉS – HOMO LUDENS A XXI. SZÁZADBAN

1.1. A disszertáció célja, témája és felépítése

1.1.1. A disszertáció célja és témája

„*A játék az lesz a XXI. századnak, ami a munka volt legalább 300 évig az ipari társadalomnak: a megismerés és az értékteremtés domináns módja.*" (Kane 2004). *Pat Kane* 12 évvel ezelőtti kijelentése előtt több mint fél évszázaddal elhangzott a „*homo ludens*"[1] fogalmát megalkotó *Huizinga* markáns gondolata is, mely szerint a „*kultúra a játékban bontakozik ki*" (Huizinga 1944: 7). Az igazán meghatározó mérföldkő a *2011*. évhez köthető, amikor is egy játékfejlesztéssel foglalkozó, *San Franciscó-i* konferencián[2] berobbant a *gamification*[3] kifejezés, aminek híre igen gyorsan elterjedt a világon. Szerencsés találkozása volt ez a 2010-es évekre magas szintre fejlődött videojáték-iparnak és annak a társadalmi igénynek, amelyet a hagyományos motivációs rendszerek válsága okozott; hiszen a gyökeresen átalakuló társadalmi intézmények már új motivációs eszközöket kívántak meg. A világ ugyanis kezd rájönni, hogy a játékok nem csupán öncélú, szórakoztató szabadidős tevékenységek, hanem olyan potenciális értékteremtő eszközök, amelyek az élet minden területét képesek átalakítani, hatékonnyá tenni, és nem utolsósorban a közérzetet és a hétköznapi hangulatot jelentősen javítani. *Jesse Schell* a 2010-es DICE konferencián tartott előadásán[4] egy olyan futurisztikus jövőképet vázolt fel, amelyben minden egyes napi tevékenységünk játékosítva lesz: a fogmosástól kezdve a testmozgásig; és ahol valójában életünk minden másodpercében játszunk valamilyen módon (Shell, 2008). *Shell* víziója szerint a gamifikáció hatással lesz a különböző viselkedésformák fejlődésére, hiszen a játék olyan tevékenység, amelyet a belső öröm átéléséért szívesen végeznek az emberek. Ezt a felvázolt drámai jövőképet jól összegzi *Schell* a „*The Art of Game Design*" című könyvében, ahol a „*game*" szót úgy definiálja, hogy „*egy problémamegoldó tevékenység játékos hozzáállással*". (Schell 2008: 37).

---

[1] A „*Homo Ludens*"-ről bővebben az 1.2.1. fejezetben olvashatunk.
[2] A „*Game Developer's Conference*" (GDC) 2011. február 28 és március 4. között került megrendezésre, San Franciscóban.
[3] Disszertációmban a „*gamification*", „*gamifikáció*" és a *játékosítás*" fogalmakat egymás szinonimájaként használom.
[4] Schell, J. (2010). DICE 2010. Design Outside the Box Presentation. Megtekintve: 2014.11.09. http://www.g4tv.com/videos/44277/dice-2010-design-outside-the-box-presentation/

A fentiekben röviden bemutatott bevezető gondolatkör és helyzetkép jól összegzi a disszertáció témáját, és egyben kifejezi számomra azt a célt is, amit a kutatásommal alapvetően el szeretnék érni. Ha nagyon röviden, egy mondatban kellene összefoglalni a disszertációm fő célját, akkor úgy fogalmaznék, hogy ezzel a munkával szeretnék rámutatni a játékos világszemlélet aktualitására, jelentőségére, pozitív hozadékára, valamint hozzájárulni e látásmód széles körű elterjedéséhez és mély beágyazódásához. Véleményem szerint a játékos világszemlélet a Homo Ludens társadalmi attitűdje, amelynek csupán indító pontja a gamification megjelenése. A játékosítás nem egy technika, nem pusztán egy eszköz vagy egy módszer, hanem valójában egy új (információs) korszak által megkövetelt szemlélet manifesztuma, amelyben a játék segít kilépni gondolkodásbeli korlátaink és beidegződéseink kereteiből.

Kutatásom alapfeltételezése, hogy a virtuális világok terében működő online közösségi játékok működése jól reprezentálja azokat az egyéni és szociális erőket és motivációkat, amelyeket a gamification képes a valós, fizikai térbe konvertálni, és ott megvalósítani. Ebből a feltételezésből kiindulva kutatásom során mindvégig igyekeztem igen nagy hangsúlyt fektetni az online közösségi játékok és játékosok megismerésére. Azt gondolom, hogy az online térben tapasztalt játékos jelenségeket és összefüggéseket nagyon jól lehet hasznosítani a való életben, különösen a fiatal generációk motivációja terén.

1.1.2. A disszertáció felépítése

A disszertáció öt nagyobb szerkezeti egységre tagolódik. A dolgozat első fejezetét jelentő bevezetésében az egész disszertáció lényegét jelentő „Homo Ludens” gondolatkört mutatom be, majd az erre épülő gamification alapjait és a játékos világszemlélet megjelenésének társadalmi jelentőségét. Az első fejezetet a disszertáció empirikus részét képező „JátékosLét” nevet viselő kutatásom főbb adatait, összefüggéseit és lényeges következtetéseit tartalmazó összefoglalója zárja. Tekintettel arra, hogy a 2011–2015 közötti teljes kutatási anyagom olyan nagy mennyiségű, hogy önmagában meghaladja az egész disszertáció terjedelmét, így ezeket a kutatási adatokat mellékletbe tettem.

A második fejezet célja, hogy a gamifikáció megjelenése és széles körű elterjedése mögött meghúzódó társadalmi kontextust és makrofolyamatokat feltárja, különös tekintettel az információs társadalom általi gyökeres változásokra. Ebben a fejezetben megvizsgáljuk, hogy ezek a globális folyamatok milyen új, „netgenerációkat” formálnak, akiknek új otthona a különböző virtuális világok lesznek. Ezekben az online világokban fejlődnek ki az első

virtuális közösségek, amelyek formálásában igen nagy szerepet játszanak a közösségi online játékok, és ezen belül is különösen az ún. „MMORPG”-k világa. Ezen fejezet második felében részletesen bemutatom, hogyan is működnek ezek a virtuális játékosközösségek, és a saját kutatásom adataim által kísérletet teszek az ún. „virtuális reinkarnáció” igazolására, az online és offline státuszok összehasonlítása révén.

A két alapozó részt követően a *harmadik* fejezet pszichológiai vonatkozásban előkészíti a disszertáció központi tárgyának, a gamification működésének a megismerését. Tekintettel arra, hogy a játékosítás lényegében egy motivációs eszköz, ezért a gamifikáció mögött meghúzódó *játékosmotivációk* bemutatásának egy önálló fejezetet szentelek. Ezt az *Easterlin-paradoxon* ismertetésével kezdem, amely lényegében rávilágít arra, hogy egy bizonyos anyagi jóléti ponton túl az emberi motivációk hátterében már *immateriális* tényezők válnak dominánssá, különösen a belső, intrinzik motivációk. Ezt követően röviden összefoglalom a *Pink*-féle motivációs rendszereket, különösen az intrinzik motivációt középpontba állító „*motiváció 3.0*” jellemzőit, amely a *Csíkszentmihályi* által leírt *Flow*-elméletet erősíti. Ezek után ismét visszatérek a 2. fejezetben ismertetett online közösségi játékosok világára, és azt összekapcsolva a motivációs résszel, két jelentős *játékosmotiváció-tipológiát* mutatok be. Ezt a motivációs blokkot végül a saját kutatásom nyomán kialakított *önreflexív játékmotiváció-tipológia* („*F-modell*”) rendszerének és validálási folyamatának leírásával zárom.

A negyedik fejezet címe és tartalma a „*gamification* megjelenése a társadalomban”. Első lépésként magát a *játék* fogalmát járom körül, és ezt követően veszem nagyító alá, hogy miről is szól a játékosítás, hogyan és mitől működik a gamifikáció. Ezen alapozás után a gamification alkalmazott területeire térek, és számos gyakorlati példa mellett mutatom be, hogyan lehet megvalósítani a játékosított oktatást, munkahelyi környezetet és az üzleti folyamatokat. Ezt a fejezetet végül a gamification kritikájával zárom, röviden rávilágítok arra is, milyen határai és nehézségei vannak a játékosításnak.

Az utolsó, ötödik fejezetben az egész disszertációs kutatásnak az összefoglalása történik, amelyben a szubjektív véleményemet is megfogalmazom a kutatott témával, fontosabb tanulságokkal és a téma továbbgondolásával kapcsolatban.

1.2. „Homo Ludens” és a „játékos világszemlélet”

1.2.1. Huizinga: Homo Ludens

„*Az emberi kultúra a játékban, játékként kezdődik és bontakozik ki*” – írta a híressé vált mondatát *Johan Huizinga*, az 1938-ban kiadott, „*Homo Ludens*” című könyvének bevezetőjében (Huizinga 1944: 7). E sorok írásánál talán még ő sem sejthette, hogy közel 80 évvel később olyan küszöbhöz érkezik az emberiség, amikor merész kultúrfilozófiai eszmefuttatása valósággá válhat, és a társadalmi intézményrendszerek válságkorszakát a játékosság szelleme újíthatja meg.

Huizinga művében a „*homo ludens*”, azaz a „*játékos ember*” kifejezés létjogosultságára hívja fel a figyelmet, aki szerint nem a játékok alakultak ki az emberi kultúrából, hanem éppen fordítva; hiszen „*a játék régebbi, mint a kultúra*.” (Huizinga 1944: 9). Az, hogy az állatok világában is ugyanúgy megtalálható a játékosság, arra mutat rá, hogy a játék nem az emberi kultúra terméke. „*Az állatok azonban nem vártak arra, hogy az ember tanítsa meg őket játékra. Sőt, azt állíthatjuk, hogy az emberi lény semmiben sem járult hozzá új, lényeges ismertetőjelekkel a játék általános fogalmához. Az állatok éppúgy játszanak, mint az emberek. A játék minden alapvonása megvan az állatok játékában is.*” (Huizinga 1944: 9) Mindemellett arra is rámutat a holland író, hogy a játék több mint puszta fiziológiai vagy biológiai funkció; a játék szerinte olyan értelmes tevékenység, amely túlnő a létfenntartás ösztönén, és *értelmet ad* biológiai létünknek. *Huizinga* talán legfontosabb állítása, hogy „*a kultúra* a *játékból keletkezik, hogy kezdetben játsszák a kultúrát*” (Huizinga 1944: 55), amely gyakorlatilag azt jelenti, hogy az emberi kultúra alaptényezői játékos formában jelennek meg, de a kultúra intézményesülése után a játékos elemek már háttérbe szorulnak. Bár megosztónak is tekinthetjük *Huizinga* fentiekben bemutatott nézeteit, és vitathatónak tűnnek egyes állításai, abban viszont egyértelműen konszenzus van, hogy a játék a kezdetektől része az emberi civilizációnak, és évezredek óta fontos alkotóeleme minden kultúrának. Ezt támasztja alá az is, hogy a régészek által feltárt, *első* komplex szabályrendszerrel rendelkező *játék*[5] *Kr.e. 3 000-re* tehető (Gibb 2006). Ezt követően is minden régi kultúrában jelen voltak a játékok, így természetesen többek között az ókori görögök és rómaiak is játszottak.

Huizinga – a kultúrelméleti koncepcióján túl – kísérletet tett a kultúra *játékos elemeinek* meghatározására is, és egy olyan *játékteóriát* dolgozott ki, amely a mai napig a játékfilozófia klasszikus hivatkozási pontjának számít. A holland kultúrtörténész a

5 „*Backgammon*” nevű táblajáték

következőképpen foglalja össze a játék fogalmát: „*A játék szabad cselekvés vagy foglalkozás, amely bizonyos önkéntesen, előre meghatározott időben és térben, szabadon választott, de föltétlen kötelező szabályok szerint folyik le; célja önmagában van, bizonyos feszültség és öröm érzése, továbbá a „közönséges élet”-től való „különbözőség” tudata kíséri.*” (Huizinga 1944: 37). Az író magyarázatul a *játék* több fontos jellemzőjét részletesen kifejti, különös tekintettel az alábbi elemekre (Huizinga 1944: 16-21):

1. *Szabad cselekvés*. Ez azt jelenti, hogy a játék sosem lehet kötelező jellegű, kényszerből fakadó tevékenység, mert az Huizinga szerint könnyen „*petitio principii*”-hez[6] vezethet. A játék *szabad*, sőt, maga a *szabadság*.
2. *Érdeknélküliség*. A játékban az örömöt nem a lét- és fajfenntartási, biológiai szükségletek kielégítésében, hanem magukban a tevékenységekben találjuk.
3. *Térbeli-időbeli zártság és elhatároltság*. A játék *értelme* és *tartama önmagában* van. A játék mindig egy meghatározott időben és meghatározott térbeli határok között játszódik le; így a játéknak van tere, eleje és vége, de az bármikor ismételhető. Nemcsak a játék egésze ismételhető, hanem annak belső felépítése is.
4. *Játékszabályok által képviselt rend.* Minden játéknak megvan a maga szabálya, ami feltétel nélkül kötelező, minden játékosra érvényes. A szabályokkal szemben szkepticizmusnak helye nincs, hiszen amint átlépik a szabályokat, összedől a játékvilág, és vége a játéknak. Aki a játékszabály ellen vét, vagy kivonja magát az alól, az játékrontó, ami a legrosszabb kategória, mivel magát a játékot rombolja vele.

Bár Huizinga volt az, aki a „*Homo Ludens*” gondolatkörét bevezette és tudományos diskurzussá tette, valamint az emberi kultúra és a játék kapcsolatát elsőként ilyen rendhagyó módon értelmezte, a rá következő évtizedekben egyre többen erősítették meg ennek jelentőségét és létjogosultságát. Jelen dolgozat 4.1. fejezetében részletesen körüljárjuk a játék fogalmát, és a különböző elméletek és modellek bemutatásán keresztül újra vissza fogunk térni a „*Homo Ludens*” gondolatkörhöz.

[6] „*Petitio principii*”: magyarul „körkörös érvelés”, amikor a következtetés már benne van az alapállításban.

1.2.2. Gamification és a „játékos világszemlélet” megjelenése

Több mint *70 évnek* kellett eltelnie, hogy Huizinga forradalmi kijelentése után megszülessen a „*gamification*[7]” kifejezés és trend, amely minden jel szerint arra hivatott, hogy a játékokat és a játékos mechanizmusokat végre a való életben is, a társadalmi folyamatokat meghatározó intézményrendszerekben bevezessük és működtessük, értékteremtés céljából.

Jane McGonigal, a gamification ügyének első nagy apostola és ikonikus alakja a „*Reality is broken*” című korszakalkotó könyvében (McGonigal 2011) azt állítja, hogy a videojátékok óriási segítséget és megoldást jelenthetnek az élet egyéni és globális problémáira. Az, hogy a játékok szeretete és élvezete minden emberre egyaránt jellemző, az annak köszönhető, hogy a jó játékok olyan alapvető emberi szükségleteket elégítenek ki, mint az autonómia vagy a kiválóság érzése, de hozzájárulnak a személyiségfejlődéshez is. Tekintve, hogy a videojátékok többsége komplex problémamegoldó készségek fejlődésére ösztönzi a felhasználókat, a játékok nemcsak remek kikapcsolódást és szórakozást jelentenek, hanem kifejezetten hasznosak is lehetnek az élet különböző területein. Mindebből kifolyólag *McGonigal* a videojátékot egyenesen a globális civilizációs problémák megoldásának egyik fő eszközének és lehetőségének tekinti. Emberek milliói töltenek el átlagosan heti 21–22 órát a virtuális világokban, online játékokban, ahol – a való élethez hasonlóan – szintén „munkavégzés” történik és a különböző feladatok szüntelen megoldásai, csak ezt a játékokban nagy élvezettel és örömmel teszik. Ez a ráfordított idő olyan mértékű, mintha a játékosok plusz részmunkaidős állásban dolgoznának. *McGonigal* arra hívja fel a figyelmet, hogy ha a játékosok mindezt az időt a világ jobbítására fordítanák, választ találhatnánk az olyan globális problémákra, mint a klímaváltozás, a szegénység vagy az olajhiány. Állítása szerint a világ legsúlyosabb problémáit meg lehetne oldani olyan alternatív valóságokon és játékokon keresztül, ahol egy globális együttgondolkodás eredményeképpen az emberek különböző ötleteket, módszereket és megoldásokat közösen dolgoznának ki. Teljes értékű játékélmény építhető ugyanis az oktatási, személyiség- és képességfejlesztő tartalmak létrehozása köré, így minden olyan játékkal töltött perc, amelynek során nem jön létre új érték, elmaradt haszonnak tekinthető. (McGonigal 2011) Jane azonban nemcsak rámutatott a videojátékok felhasználási lehetőségére és jelentőségére, hanem ő maga is olyan játékokat kezdett el tervezni, mint a *World without oil*, ahol videókkal és újságcikkekkel teremtenek egy elképzelt világot, amelyben a világ olajkészletei már kimerültek. A játékosoknak ebben a játékban feladatokat,

[7] A „*gamification*” fogalmának és működésének részletes bemutatása a 4. fejezetben történik.

küldetéseket kell megoldaniuk, és blogbejegyzésekben kell rögzíteniük az ötleteiket és megoldási javaslataikat, amelynek nyomán megpróbálják a valódi, létező problémákat megoldani.

Miközben a játék és a játékos világszemlélet egyre nagyobb szerepet kap a társadalomban, különösen a fiatal generációk életében, a játékfejlesztés elég komoly iparággá nőtte ki magát. Ezt jól mutatja, hogy 2013-ra már 76 milliárd dollárra becsülik a videojátékok piacát, évi 9%-os növekedéssel (Galarneau 2014). Ennek egyenes következménye, hogy óriásivá növekedett a játékok tudományos vizsgálatára vonatkozó igény, mind játékfejlesztői, mind felhasználói, mind tudományos-kutatói oldalról. Egyre nagyobb számban rendeznek konferenciákat, írnak tudományos cikkeket és könyveket, vagy hirdetnek meg olyan egyetemi kurzusokat, amelyek ezt a folyamatot vizsgálják, validálják és erősítik. Játékfejlesztői oldalról is felismerték, hogy a játékok tervezéséhez komoly szakmai háttérmunka, pszichológiai elemzés és tudatos tervezés szükséges (Schell 2008). Mindennek köszönhetően az utóbbi években óriási érdeklődés mutatkozott meg a játékok világa iránt a legkülönbözőbb tudományterületekről érkező kutatók részéről, és kirajzolódni látszik egy olyan játéktudományos vonal, amelyet nagyfokú multidiszciplinaritás jellemez. A gamification 2010-es megjelenésével a kutatási fókusz az elmúlt időszakban a játékról, mint problémás, patológiás tevékenységről (elsősorban a függőség, agresszivitás és a társas izoláció kérdéseiről) elmozdult az emberi tényező, vagyis a játékosok megismerésének irányába, különös tekintettel a játékok pozitív hatásainak vizsgálatára. A kutatók számára intő jel volt, hogy a játékosítás elemi szinten használja fel a játékok kognitív és szociális kompetenciákra gyakorolt fejlesztő hatásait, de legfőképpen motivációs erejét. A játékok világának, működésének és fejlesztő hatásainak minél részletesebb megértése nagymértékben hozzájárulhat a társadalom, a technológia és a kultúra új szempontokból való megvilágításához, és a megszerzett ismeretek birtokában akár azok átalakításához is (Iosifidis 2011).

1.3. „JátékosLét” Kutatás (2011–2015)

1.3.1. A „JátékosLét” kutatás alapjai

1.3.1.1. A kutatás célja, elnevezése és célcsoportja

A 2010 őszén előkészített, majd *2011 februárjában elindított*, online közösségi játékosok világát, „létét” vizsgáló „*JátékosLét*” elnevezésű *kutatásom* alapvetően két témára fókuszál, két lényeges kérdés mentén.

1. A kutatás egyik célja annak felmérése, hogy a *sokszereplős online játékoknak*[8] *milyen hatása* lehet a *játékosokra*, a játékosok személyiségére és emberi kapcsolataira, valamint hogy a különböző játékok milyen *motivációkat* aktiválnak, és milyen *képességeket*, *kompetenciákat* fejleszthetnek.
2. Mindezek a kérdések rávezetnek a JátékosLét-kutatás másik lényeges kérdésére, a „*gamification*” vizsgálatára, nevezetesen, hogy a játékok és a játékos mechanizmusok milyen módon építhetők be a hétköznapokba, az oktatásba, a társadalmi szemléletformálásba, valamint az üzleti és munkafolyamatokba.

Ebből a két kutatási irányból kiindulva fogalmaztam meg 2013 szeptemberében a „*JátékosLét*” kifejezést, amely elnevezésében is magában hordozza a fentiekben bemutatott kettős célt. A fogalom a „*játékos létezés*” szavak összevonása, amelynek jelentéstartalma attól függően változik, hogy az első vagy a második szó a hangsúlyos. Ha a „*játékos*” szóra és tartalomra koncentrálunk, akkor a kutatásom első fő céljára utal, vagyis ez esetben a játékosok szokásait, játékhasználatát, motivációit, életmódját, egyszóval „*létét*” vizsgáljuk. Ez a játékkutatásnak egyfajta összegzése, amikor a játékosra fókuszálunk, és nem a játékra. Abban az esetben, ha a „*lét*” kifejezés kerül a középpontba, akkor a „*játékos*” szó már nem főnévként viselkedik, hanem minőségjelzői szerepbe kerül, így gyakorlatilag magára a „*gamifikációra*” utal, mivel a játékosításban az életünk, a létezésünk válik játékossá.

Mindkét kutatási témánál és módszernél kiemelt szempontnak tartom, hogy a kutatás erősen támaszkodjon azokra az *online és offline játékosokra*, akik maguk képviselik a „*játékos létet*”. Ennek megfelelően mindvégig nagyon nagy hangsúlyt fektettem az érintett játékosok

[8] A disszertációm során egymás szinonimájaként használom az „*online közösségi játékok*”, a „*sokszereplős online játékok*” és az „*MMOG*” kifejezéseket. Hasonló módon szinonimaként kezelem az „*online közösségi szerepjátékok*”, a „*sokszereplős online szerepjátékok*” és az „*MMORPG*” fogalmakat.

széles körű, nagyszámú és hosszú távú bevonásába. Az 5 évig tartó kutatásban több mint *30 000 játékos* vett részt, amely jórészt annak volt köszönhető, hogy sikerült megfelelően motiválni azokat a játékosokat, akik egyébként évről évre egyre nehezebben vonhatók be kutatási folyamatokba. A kutatásban szerzett tapasztalataim szerint a játékosok aktiválásának három fő kulcstényezője a (1) *hitelesség*, az (2) *objektivitás* és az (3) *interaktivitás*. A *hitelesség* ebben a kontextusban azt jelenti, hogy a játékosok akkor segítenek szívesen és nagy számban, ha látják, hogy a kutató valóban felkészült a témából, energiáját és idejét nem kíméli. Nem veszik jó néven, ha valaki gyorsan összedob egy felszínes kérdőívet, csak hogy meglegyen a szakdolgozata valahogy. Az *objektivitás* igénye megköveteli a kutatótól, hogy kilépjen a nagy hagyományokkal rendelkező, játékosokkal szembeni negatív sztereotípiákra építő hipotézisek világából, és valóban objektív, tárgyilagos legyen a kutatás. A játékosok erősen ellenállnak és „ellentámadásba" lendülnek, ha azt érzik, hogy a kutató a játékosok agresszivitását, függőségét vagy antiszociális mivoltát akarja igazolni. A harmadik jelentős elvárás a kutató és a játékosok közötti *interaktivitás*, amelynek három pontja (*előzetes véleményezés*, *terjesztés* és *eredmények közlése*) közül az első ritka jelenségnek számít. Kevés kutató *vonja be* a játékosokat már a kérdőív szerkesztésének szakaszába, előzetes véleményezésébe, amelynek oka legtöbbször a szoros határidők miatti időhiány; pedig nagyon hasznos kutatói oldalról is a kérdések pontosítása, a speciális célcsoportnak megfelelő finomhangolása. A kérdőívek terjesztése során fontos, hogy a játékosokat ne csupán egyéni szinten, játékosonként érjük el, hanem olyan közösségként tekintsünk rájuk, amelynek értékei, szabályai és vezetői vannak, amelyet mindenkinek, így a kutatónak is tiszteletben kell tartania. A játékosok szívesen segítenek a kérdőívek kitöltésében és terjesztésében, ha a belső szabályaikat komolyan vesszük, és nem erőszakos módon, egyirányú kommunikáció útján, az ő világukat figyelembe nem véve kérjük a kitöltéseket. Ugyancsak nagyon hasznos, ha a kutató az adott közösségek vezetőit és véleményvezéreit is megkéri, hogy a hozzá tartozó, őt követő játékosok körében is kérje a kutatás támogatását a kérdőívek kitöltésével. Ez egyébként a hitelességi faktort is erősíti. Az interaktivitás elvárásának harmadik, befejező, és egyben az egyik legfontosabb mozzanata a kutatási eredmények visszacsatolása. A kutatókat a játékosok nagyon gyakran úgy látják, hogy felszínes, sztereotípiákra építő, közhelyes kérdések mentén készítenek el olyan kutatásokat, amelyek egyrészt torz képet festenek róluk, másrészt csak kihasználják őket. A kutatók kérnek tőlük adatokat, de az adatszolgáltatás visszafelé már nem igazán működik, a kutatás eredményét a legtöbb esetben nem kapják meg. Ez pedig rendkívül fontos és pozitív üzenet lenne a játékosok felé, akik összességében úgy

érzik, hogy a társadalom által megbélyegzett, *kockának, függőnek, antiszociálisnak* és *agresszívnek* minősített szubkultúra tagjai.

Mindezen tapasztalatokat azért írtam le, hogy érzékeltessem a játékosok körében történő felmérés speciális mivoltát és optimális kezelési lehetőségeit. A fél évtizedes kutatásom alatt mindvégig igyekeztem ezeket a szempontokat szem előtt tartani, amelynek egyik folyománya a www.jatekkutatas.hu portál. Ezt a honlapot kifejezetten azért hoztam létre 2013 októberében, hogy a játékosok felé mutassak egy olyan nyilvános felületet, ahol minden játékos láthassa, mi is annak a kutatásnak az eredménye, amelyben ők is aktívan részt vettek.

1.3.1.2. A vizsgált populáció és kutatásba bevont minta meghatározása

A kutatás célcsoportját jelentő játékosok az *interneten* elérhető, *magyarországi játékos közösségek* köreiből kerültek ki, akik egy *online kérdőíves* felületen keresztül szolgáltattak adatokat. Fontos tudni, hogy a magyarországi sokszereplős *online játékos populáció* mértékének meghatározására jelenleg nincsenek pontos adataink, illetve további komoly *konceptualizálási* és *operacionalizálási* problematika, hogy nincs egy egységes konszenzusos definíció arra, hogy mit is értünk „*online játékos*” vagy „*videojátékos*” címke alatt.

Az alapvető módszertani probléma legkritikusabb pontja, hogy valójában nincs egzakt módon meghatározva, mikortól válik valaki videojátékossá? Játékos-e az, ha például valaki egy évben csak egyszer játszik, de akkor nagyon sok időt tölt el vele; vagy ismeri és élvezi a játékot, és ha teheti, minden nap játszana, de valamiért nem teheti? Vagy játékos-e az a személy, aki nem igazán ismeri a videojátékokat, nincs is különösebb kedve a játékhoz, de azért havonta 1–2 alkalommal, pár percre kipróbál a gyereke mobilján egy igen egyszerű online, logikai játékot. Vajon melyik személy számít videojátékosnak a fenti példák közül; és ha meg is tudjuk húzni a határt, akkor az hol található? A játék gyakoriságánál azt is meg kell vizsgálni, hogy milyen játékfajtáról van szó, hiszen valamelyik játék elvárja a napi szintű bekapcsolódást, míg máshol akkor sincs mód egy hétnél gyakrabban játszani, ha azt nagyon szeretné a buzgó játékos. Ez utóbbira nagyon jó példa az „*élő szerepjáték*”[9] („LARP”), amelynek legaktívabb játékosai is általában csak 1–2 havonta játszanak, de akkor akár 48 órát is, megállás nélkül. Ez a példa is jól mutatja, hogy nem csak a játék gyakorisága lehet ismérv; mellette további szempont lehet a játékhoz szükséges *kompetenciák* megléte vagy hiánya, és a *játékidő* hosszúsága (ez lehet pl. napi 10 óra vagy havi 1 óra) is. A dilemma nehézségét jól

9 A szerepjátékokról bővebben a 2.2.2.2. fejezetben lesz szó.

tükrözi az előbbiekben említett élő szerepjáték sajátos világa, amelynek játékosai a gyakorisági dimenzióban könnyen kieshetnek a „játékos” kategóriából, ha azt nagyon szigorúan határozzuk meg. Ha azonban az egy LARP játékalkalmon belüli játékidőt nézzük, akkor az előbbi állításunknak pont az ellenkezőjét kaphatjuk, mivel gyakorlatilag megállás nélkül, 2–3 napot is eltölthetnek együtt a játékosok, végig „*ingame*[10]” állapotban. Ez alapján olyan intenzívnek nevezhetjük a játékhasználatot, hogy fel sem merülhet, hogy a játékos kívül esik a játékos kategórián. Az idővel kapcsolatos másik módszertani kérdés, hogy pontosan mettől meddig számítunk valamit játékidőnek; mi a belépési és a kilépési pont. Például az az idő, amelyet egy asztali szerepjátékos a játék megkezdése előtt a játékvilág szabályainak megismerésére, vagy az aktuális szerepe által megkövetelt ismeretek megszerzésére fordít, amely sok esetben több időt igényel a játékostól, mint a valóban játékkal töltött idő. Hasonló a helyzet az „élő szerepjátékosoknál”, ahol olyan előkészületi munkáról beszélhetünk, mint egy jelmez elkészítése, egy ruha megvarrása, vagy akár egy teljes városrész megépítése. Ilyen esetben a kérdőívet kitöltő játékos azt írhatja be a kutató által megfogalmazott, rendszerint zárt kérdéséhez, hogy a játék gyakorisága „*havonta csak egy alkalom*”. Ez esetben kérdés, hogy a játékidőhöz számítjuk-e a játékokhoz kapcsolódódó előkészületi és utómunkálati tevékenységeket. Valamivel könnyebb a helyzet a videojátékosok esetében, ahol ezek a tevékenységformák nem annyira jellemzők. Annak érdekében, hogy „játékos” kategória kérdésköre tekintetében elmozduljunk a holtpontról, egy kiindulási javaslatot fogalmazok meg. Véleményem szerint, hogy ha két időtényezőt, a (1) *gyakoriságot* és a (2) *játékidőt* úgy kombináljuk, hogy ha valaki legalább havonta 1 alkalommal és minimum 1 órát játszik egy adott *játékfajtával*, akkor őt játékosnak, pontosabban az adott játékfajtához tartozó *játékosnak* minősíthetjük.

Visszatérve a vizsgálati populáció meghatározására, a fentiek értelmében *nem tudjuk megmondani pontosan*, hogy ma Magyarországon *hány online játékos* van, erről legfeljebb csak megközelítő *becslésünk* lehet. A valós helyzetképet minden bizonnyal a *Bell Research 2015*. évi „*Magyar Infokommunikációs Jelentés*”[11] című, országos, reprezentatív mintán (n=1487) történő felmérése közelíti meg a legjobban. A 2014. őszi kutatásuk[12] alapján annyit biztosan tudunk, hogy a 15 éves vagy idősebb magyarországi *lakosság 11,1%-a* válaszolt *igennel* arra a kérdésre, hogy „*Szokott Ön számítógépes játékokkal, konzoljátékokkal, vagy mobiltelefonos játékokkal játszani?*”.

[10] „*Ingame*” jelentése: a való élettel szembeni, játékon belüli életre, személyiségre vagy kommunikációra utal.
[11] http://www.ictreport.hu/
[12] A Bell Research kutatóintézet hivatkozott kutatása nem nyilvános, az itt közzétett adat engedélyezése jelen disszertáció kutatási céljainak támogatásához kötődik.

A saját kutatásom keretén belül vizsgált csoportok, akiket az *interneten* aktívan működő, *magyarországi játékos közösségek* köreiből értem el, az alábbiak voltak:

- *Elsődleges célcsoport*:
    1. *Sokszereplős online szerepjátékok* (MMORPG: *massively multiplayer online role-playing games*) játékosai.
- *Kontrollcsoportok*:
    1. *Sokszereplős online stratégiai játékok* (MMORTS: *massively multiplayer online real-time strategy games*) játékosai.
    2. *Fórum alapú szerepjátékok* (FRPG: *Forum based role playing games*) játékosai.
    3. *Asztali szerepjátékok* (RPG: *role playing games*) játékosai.
    4. *Élő szerepjátékok* (LARP: *Live action role-playing games*) játékosai.
    5. *Táblás, asztali stratégiai játék* játékosai.
    6. *Gyűjtögetős kártyajáték* játékosai.

A kontrollcsoportok kategóriáit annak megfelelően határoztam meg, hogy melyek lehetnek az „*online szerepjátékosok*" ellentétei, mind az „*online*", mind a „*szerepjátékos*" dimenzió tekintetében. Az *MMORTS* játékosok (*1. kontrollcsoport*) ugyanúgy a sokszereplős online játékokhoz tartoznak, de ők nem a szerepjátékok szabályrendszereiben és közösségi struktúrájában tevékenykednek, hanem elsősorban stratégiai, taktikai típusú feladatok világában lelik örömüket. A *2–6. kontrollcsoportok (FRPG, RPG, LARP*, stb.) tagjai ezzel szemben elmondhatják, hogy ők a szerepjátékosok táborához tartoznak, de nem az online térben, hanem a valós, offline közösségi játékok keretei közt. Ezeket a kontrollcsoportokat azért tartottam fontosnak bevonni a kutatásba, hogy közelebb kerüljünk annak a megismeréséhez, hogy a sokszereplős online szerepjáték hatásai tekintetében melyek lehetnek a valós, oksági tényezők. Ezzel valamelyest szét tudjuk választani, hogy a motivációk és a hatásmechanizmus tekintetében mennyiben az *online* tényező, és mennyiben a *szerepjáték* jellege húzódik meg oksági forrásként.

1.3.1.3. A kutatás mintavételi eljárása, adatfelvétel módja

Az öt évig tartó, longitudinális, kvantitatív és kvalitatív módszereket is alkalmazó kutatás első lépése egy *online kérdőív* formájában történő adatfelvétel volt, melynek során megismerhettük a játékosok *demográfiai*, *játékhasználati* és *szabadidős* tevékenységeire

vonatkozó adatokat, valamint a játékosok közötti *motivációs, kapcsolati* és *kommunikációs* szerkezetet. A kutatás első évében, 2011-ben összesen *12 197 online játékos* töltötte ki a kérdőívet, a kontrollcsoportnak számító, offline játékosok közül pedig *816*-an kapcsolódtak be a kutatásba.

Az online kérdőíves adatfelvételt követően a közel 13 000 válaszadó közül 485 játékost vontam be a második kört jelentő kvalitatív felmérésbe, amelyben lényegében a kérdőíves kutatási adatokat teszteltem, *mélyinterjúk* formájában. Azért tartottam fontosnak a kvalitatív módszereket is alkalmazni a kutatásban, mert a kérdőív több olyan típusú szenzitív kérdést is tartalmazott, amelynek csupán kvantitatív módszerrel történő vizsgálata – meggyőződésem szerint – torzító tényező lehet, így könnyen téves képet kaphatunk a játékosokról. A kérdőív alapvető szerepe a JátékosLét-kutatásban a demográfiai és más „keményebb" adatok feltérképezése volt, illetve az érzékenyebb kérdések (mint pl. motivációk, kompetenciák) kvalitatív vizsgálatához adott egyfajta kiindulási pontot. Fontos, hogy a valós, objektív, előítélet-mentes képhez kellenek az olyan őszinte beszélgetések is, amelyben a játékosok elmondhatják mindazt, amire a zárt kérdésekkel teli kérdőívben nem képesek.

Az interjúk útján kapott kvalitatív adatok és benyomások alapján a kutatás következő lépéseként finomhangoltam a 2012. évi online kérdőív kérdéseit, kiemelten fókuszálva arra a motivációs kérdéssorra, amelyből az „F-modellnek" elnevezett játékostipológiának kellett kirajzolódnia. 2012-től már összevontam az online és offline játékosokat korábban külön vizsgáló kérdőíves felméréseket. Ebben az évben a kitöltések száma 2014 volt, majd egy évvel később, 2013-ban is hasonló számú, 2 215 játékos kapcsolódott be az éves kutatásba. A következő év (2014) egy nagyon fontos mérföldkő volt a JátékosLét-kutatás történetében, mivel – a korábbi évek adataiból kiindulva – ebben az évben készült el az F-modell 99 itemből álló kérdéssora, amely be is került a 2014. évi kérdőívbe. Tekintettel arra a kritikus helyzetre, hogy a motivációs modell validálásához mindenképpen szükség volt több ezer érvényes kitöltésre, ezen kockázati tényezőt figyelembe véve a kutatás során először használtam a nyeremény alapú motivációt a játékosok körében. Ennek eredményeképp ismét nagyon sok játékos segítette a kutatást, az érvényes kitöltések száma 7 893 volt. Végül hasonló nagyságrendű volt a 2015. évi kutatásban való részvétel is, 6 840 érvényes válasszal. Összesítve az *5 éves JátékosLét-kutatásban* való mintavétel nagyságát elmondható, hogy 2011 és 2015 között összesen *31 975* érvényes *kitöltés* született. A fél évtizedes kutatás összes publikus adatát megtekinthetjük az *1-6. számú mellékletekben*.

A következő pontban a kutatási adatok összegzését, főbb számait, valamint az érdekesebb összefüggéseket és tendenciákat írom le.

1.3.2. A 2011–2015 közötti JátékosLét-kutatás eredményeinek összefoglalása

1.3.2.1. Demográfiai adatok

Ahogy az előző fejezetben írtam, a JátékosLét-kutatás *2011 és 2015* közötti éves online kérdőíveit összesen *31 975 játékos töltötte ki*, évente átlagosan 6 400 személy bevonásával. A közel 32 000 kitöltő ¾-e férfi (23 080 fő) és 25,1%-a nő (8 895 fő), a játékosok átlagos életkora *26,6 év*. Ha azonban *nemi* szempontból nézzük az átlagéletkort, akkor jelentős eltérést tapasztalhatunk, amely alapján egyértelműen kijelenthetjük, hogy a *női* játékosok átlagosan hét évvel idősebbek (*31,8 év*), mint a *férfiak* (*24,7 év*). Kutatási évekre bontva az alábbi táblázatban összefoglaltam az *életkorra* és *nemi* eloszlásra vonatkozó adatokat (*1. tábla*). A 2011. évi felmérésben még két külön kérdőívben kérdeztem a *sokszereplős online játékosokat* (a táblázatban „*2011 MMO*”-ként jelölve) és az *offline szerepjátékosokat* (a táblázatban „*2011 RPG*”-ként jelölve), 2012-től azonban már összevontam a játékosokat, így egy kérdőív keretén belül történt az adatfelvétel.

1. tábla

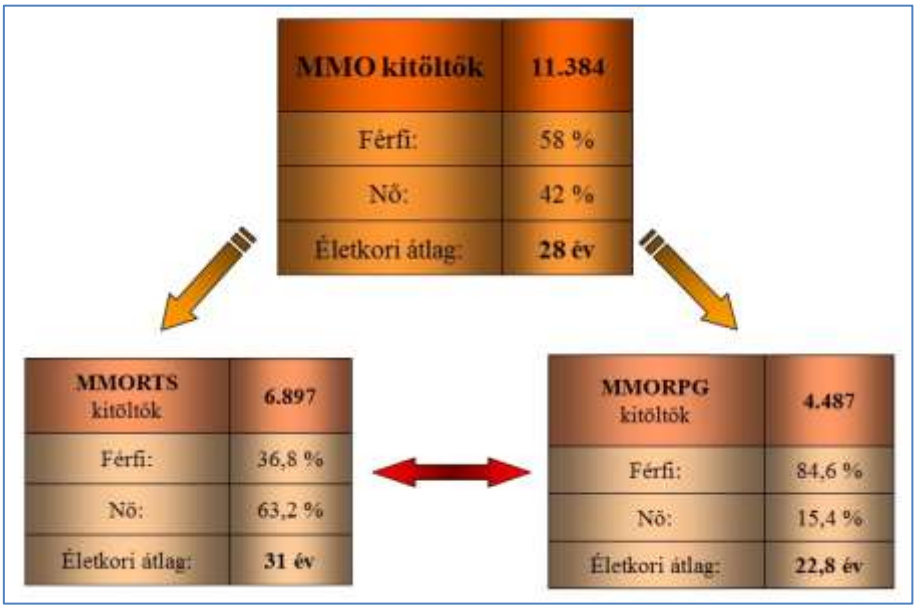
A 2011–2015 közötti kutatás nem és kor szerint differenciált adatai

Adatfelvétel éve	Kitöltők	Nemi arány				Átlagéletkor		
	összes	férfi		nő		összes	férfi	nő
2011 (MMO)	**12 197**	6 999	*57,4%*	5 198	*42,6%*	**28,1**	24,7	32,6
2011 (RPG)	**816**	645	*79,0%*	171	*21,0%*	**25,1**	25,5	23,6
2012	**2 014**	1 389	*69,0%*	625	*31,0%*	**28,8**	25,8	35,5
2013	**2 215**	1 666	*75,2%*	549	*24,8%*	**26,5**	24,6	32,3
2014	**7 893**	6 372	*80,7%*	1 521	*19,3%*	**27,2**	24,5	38,5
2015	**6 840**	6 009	*87,9%*	831	*12,1%*	**23,8**	23,2	28,0
ÖSSZESEN	**31 975**	**23 080**	**74,9%**	**8 895**	**25,1%**	**26,6**	**24,7**	**31,8**

A 2011. évi MMO kérdőívet megbontottam a sokszereplős online játékok (MMOG) két fő csoportjára (11 384 játékost érintve), a *sokszereplős szerepjátékosokra (MMORPG)* és a *sokszereplős online stratégiai játékosokra*, hogy pontosabb képet kapunk a demográfiai adatokat illetően (*1. ábra*). Ekkor kiderült, hogy e két kategória mentén teljesen más arányok és jellemzők rajzolódnak ki. Míg a *szerepjátékosok (RPG)* átlagéletkora *22,8 év*, a *stratégiai (RTS) 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%*). Nagy valószínűséggel tehát a nemi dimenzió független változóként viselkedik, amely meghatározza többek között a játékfajtákon belüli átlagéletkor eltéréseit is.

1. ábra

Sokszereplős online játékosok bontása RPG és RTS szerint (2011)



Ebből a gondolatból kiindulva a 2011-es adatokból készítettem egy korfát (*2. ábra*), amelyben láthatóvá tettem azt az érdekes folyamatot is, hogy a játékosok életkorának növekedésével milyen drámai mértékben változik meg a nemek közötti arány. A *17 év alatti női játékosok* aránya csupán *22%*, vagyis ebben a korosztályban a játékosok kb. *4/5-e férfi*. Nagyon érdekes folyamat, hogy a női játékosok aránya folyamatosan emelkedik az életkorral. 25 év felett gyakorlatilag átbillen az arány a nők javára, és innentől kezdve egyre erőteljesebben fokozódik a különbség; olyannyira, hogy *44 év felett* a játékosok *¾-e* már *a női* nemhez tartozik.

A *családi állapotra* vonatkozó kutatás eredményei alapján elmondható, hogy a játékosoknak pontosan a *fele* (*50,0%*) – nagy valószínűséggel a korukból adódóan – még *a szüleivel, nagyszüleivel, testvéreivel él* együtt. A válaszadók harmada (*32,8%)* él *párkapcsolatban, élettársi vagy házastársi* viszonyban. Ha longitudinálisan nézzük az adatokat, akkor egy nagyon érdekes jelenségre figyelhetünk fel. Miközben a *szülőkkel és testvérekkel együtt élő* játékosok aránya folyamatosan és jelentősen *növekszik* (5 év alatt *40%-ról 64%-ra*), a *házasságban, tartós párkapcsolatban* élők aránya konzisztensen *csökken* (5 év alatt *42%-ról 24%-ra*). Erre könnyen mondhatnánk, hogy ez a drasztikus folyamat valójában a mintába bevont játékosok csökkenő átlagéletkorának köszönhető, azonban a demográfiai adatok nem ezt igazolják (a 2014-es felmérésben pl. alacsonyabb volt az átlagéletkor, mint a

2011-esben). Végül átlagosan *8,4%* azon játékosok aránya, akik teljesen *egyedül élnek.* Itt lényegi tendencia nem figyelhető meg, az elmúlt öt évben 7–8% körül maradt ez az arány.

2. tábla

A játékosok családi állapotára vonatkozó adatok (2011–2015)

Adatfelvétel éve	Kitöltők	Családi állapot					
	ÖSSZES	1. szüleimmel, testvéremmel élek		2. párkapcsolatban élek (élettársi, házastársi viszony)		3. egyedül élek	
2011 (MMO)	**12 197**	4 895	*40,1%*	5 072	*41,6%*	1 034	*8,5%*
2011 (RPG)	**816**	351	*43,0%*	283	*34,7%*	62	*7,6%*
2012	**2 014**	936	*46,5%*	692	*34,4%*	170	*8,4%*
2013	**2 215**	1 151	*52,0%*	689	*31,1%*	224	*10,1%*
2014	**7 893**	4 312	*54,6%*	2 447	*31,0%*	686	*8,7%*
2015	**6 840**	4 349	*63,6%*	1 635	*23,9%*	484	*7,1%*
ÖSSZESEN	**31 975**	**15 994**	**50,0%**	**10 818**	**32,8%**	**2 660**	**8,4%**

A *foglalkozásra* vonatkozó kérdésnél kiderült (*3. tábla*), hogy a legtöbben még nem dolgoznak, a legjellemzőbb állapot az, hogy a játékosok egyharmada *(36,7%)* még *tanul*. A munkaerőpiacra kikerülő játékosok körében az *„irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi”* munkakör a leggyakoribb (*13,7%*), majd ezután következnek a *„beosztott értelmiségi”* (*10,5%*) és a *szakmunkás* (*7,8%*) szakmában dolgozó játékosok, illetve a játékosok *7,3%*-a jelezte, hogy *munkanélküli*. A többi foglalkozásra vonatkozó kategória jellemzően nem éri el az 5%-ot.

3. tábla

A játékosok foglalkozási státuszára vonatkozó adatok (2011–2015)

Adatfelvétel éve	Kitöltések	Munka, tanulás									
	ÖSSZES	1. tanuló		2. irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi		3. beosztott értelmiségi		4. szakmunkás		5. munkanélküli	
2011 (MMO)	**12 197**	4 406	*36,1%*	1 566	*12,8%*	1 201	*9,8%*	970	*8,0%*	742	*6,1%*
2011 (RPG)	**816**	365	*44,7%*	106	*13,0%*	107	*13,1%*	30	*3,7%*	38	*4,7%*
2012	**2 258**	685	*30,3%*	313	*13,9%*	261	*11,6%*	190	*8,4%*	240	*10,6%*
2013	**2 503**	863	*34,5%*	410	*16,4%*	263	*10,5%*	204	*8,2%*	215	*8,6%*
2014	**8 911**	3 094	*34,7%*	1 223	*13,7%*	907	*10,2%*	904	*10,1%*	722	*8,1%*
2015	**8 036**	3 207	*39,9%*	1 012	*12,6%*	628	*7,8%*	698	*8,7%*	458	*5,7%*
ÖSSZESEN	**34 721**	**12 620**	**36,7%**	**4 630**	**13,7%**	**3 367**	**10,5%**	**2 996**	**7,8%**	**2 415**	**7,3%**

1.3.2.2. Játékhasználati adatok

A *játékhasználatra* vonatkozó szokások 2014. és 2015. évi felmérése[13] alapvetően három kérdés mentén történt, a (1) *játékidő*, a (2) *gyakoriság* és a (3) *játéktapasztalat* tényezőket vizsgálva.

A felmérés szerint a magyarországi online közösségi játékosok többsége átlagosan *napi 2–3 órát* játszik online játékkal, és a leggyakoribb válasz is a *napi 2 óra* (*24,4%*) illetve *napi 3 óra* (*23,2%*) volt (*4. tábla*). Ezt követi azok tábora, akiknél a *napi 4 óra* játékidő a jellemző (*16,2%*).

4. tábla

Játékidőre vonatkozó adatok (2014–2015)

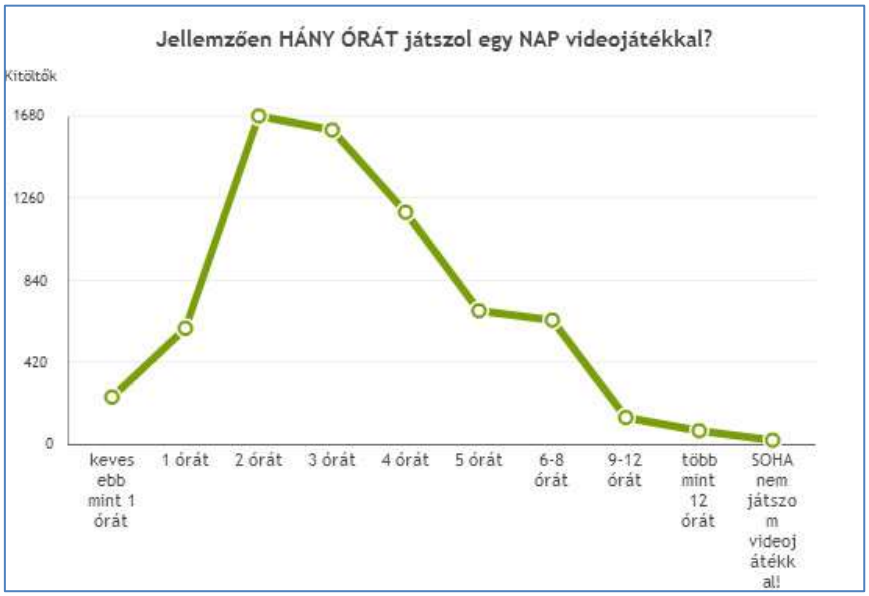
Adatfelvétel éve	Kitöltők	Játékhasználat - NAPI JÁTÉKIDŐ					
	ÖSSZES	napi 2 órát		napi 3 órát		napi 4 órát	
2014	**7 732**	1 875	*24,2%*	1 772	*22,9%*	1 170	*15,1%*
2015	**6 840**	1 678	*24,5%*	1 606	*23,5%*	1 186	*17,3%*
ÖSSZESEN	**14 572**	**3 553**	**24,4%**	**3 378**	**23,2%**	**2 356**	**16,2%**

A *játékidőre* vonatkozó adatok eloszlását a legfrissebb, 2015. évi adatok alábbiakban bemutatott diagramjával illusztrálom (*2. ábra*), amely a 2014. évi felméréshez képest lényegi változásokat nem tartalmaz.

[13] A 2011 és 2013 között lezajlott felmérésben is voltak játékhasználatra vonatkozó kérdések, de mivel azok tartalmi és formai vonatkozásban egyaránt eltértek, így itt nem relevánsak.

2. ábra

A játékosok napi játékideje (2015)



A *játékhasználatra* vonatkozó szokások méréséül szolgáló, „*milyen gyakorisággal játszol videojátékokkal?*” kérdésre a válaszadók közel *kétharmada* (*62,3%*) nyilatkozta azt, hogy *minden nap* játszik, majdnem *egyharmaduk* (*30,2%*) pedig *hetente többször is*. Heti gyakorisággal (*4,6%*) vagy még ritkábban azonban nagyon kevesen játszanak (*5. tábla*).

5. tábla

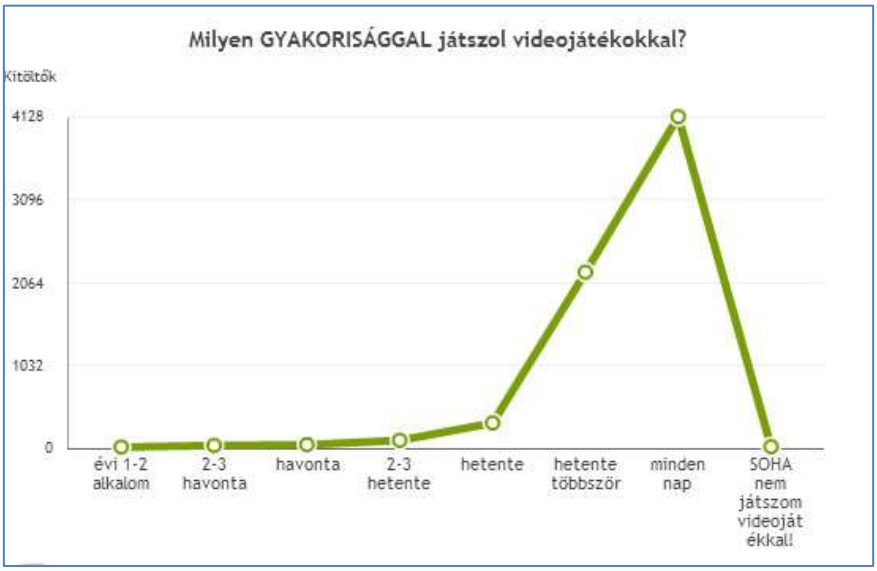
A játszási gyakoriságra vonatkozó adatok (2014–2015)

Adatfelvétel éve	Kitöltők	Játékhasználat - GYAKORISÁG					
	ÖSSZES	1. minden nap		2. hetente többször		3. hetente	
2014	**7 732**	4 977	*64,4%*	2 194	*28,4%*	357	*4,6%*
2015	**6 840**	4 126	*60,3%*	2 190	*32,0%*	316	*4,6%*
ÖSSZESEN	**14 572**	**9 103**	**62,3%**	**4 384**	**30,2%**	**673**	**4,6%**

A *játszási gyakoriságára* vonatkozó adatok eloszlását a legfrissebb, 2015. évi adatok alábbiakban bemutatott diagramjával szemléltetem (*3. ábra*), amely az előző évi felméréshez képest érdemi változásokat nem tartalmaz.

3. ábra

A játékosok játszási gyakorisága (2015)



A *játékhasználatra* vonatkozó szokásokat vizsgáló részkutatás harmadik, „*Mikor kezdtél el játszani videojátékkal?*” kérdésére a játékosok leggyakrabban (*27,4%*) azt válaszolták, hogy *7–10 éve* játszanak (*6. tábla*). A játékosok valamivel több mint *egyötöde* (*22,5%*) nyilatkozott úgy, hogy már *11–15 éve* játszik valamilyen videojátékkal, *21%*-uk pedig még csak *4–6 éve*.

6. tábla

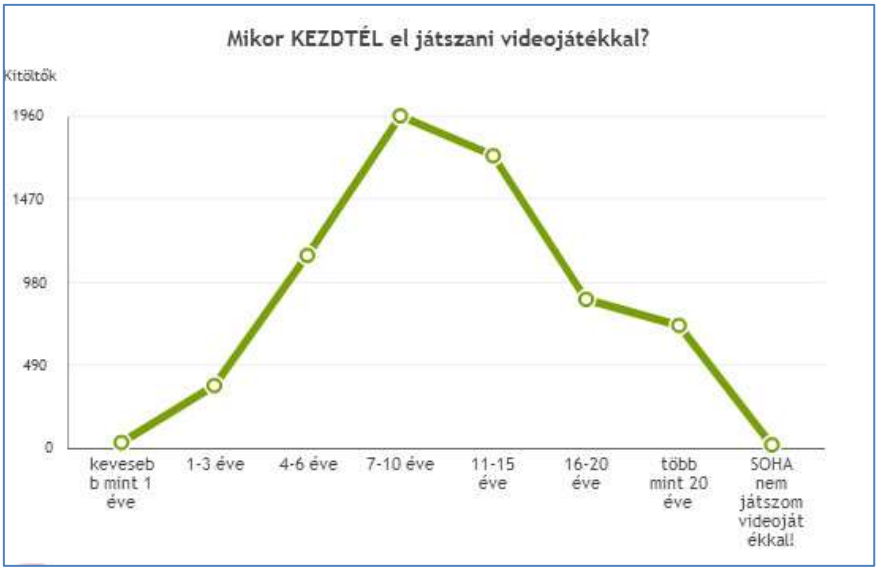
A játéktapasztalatra vonatkozó adatok (2014–2015)

Adatfelvétel éve	Kitöltők	Játékhasználat - TAPASZTALAT					
	ÖSSZES	7-10 éve játszom		11-15 éve játszom		4-6 éve játszom	
2014	**7 732**	2 029	*26,2%*	1 531	*19,8%*	1 959	*25,3%*
2015	**6 840**	1 959	*28,6%*	1 725	*25,2%*	1 137	*16,6%*
ÖSSZESEN	**14 572**	**3 988**	**27,4%**	**3 256**	**22,5%**	**3 096**	**21,0%**

Az *időbeli játéktapasztalatra* vonatkozó adatok eloszlását – az előző kérdésekhez hasonlóan – a 2015. évi adatok alábbi diagramjával demonstrálom (*4. ábra*), amely a 2014. évi felméréshez képest lényegi változásokat nem tartalmaz.

4. ábra

A játékosok időbeli játéktapasztalata (2015)



1.3.2.3. Játékosok motivációi

Ahogy korábban már említettem, a JátékosLét-kutatás talán legfontosabb kimenete egy olyan játékostipológia megalkotása, amely a sokszereplős online játékosok motivációs szerkezetére épül. Ennek az „*F-modellnek*" elnevezett motivációs rendszernek a részletes bemutatása egy külön fejezetben (*3.3.2.*) történik, így ebben a pontban csak a jellemzőbb motívumok kerülnek megemlítésre. Ötéves távlatban nézve az adatokat, kijelenthetjük, hogy gyakorlatilag minden évben ugyanazokat az eredményeket kapjuk motivációs téren. Így elmondható, hogy a játékosok leginkább azért játszanak, hogy egyszerűen csak *kikapcsolódjanak*, és *kiszakadjanak a hétköznapokból*. Mindemellett nagyon fontos cél a játék *kalandos* világának felfedezése, a maximális *teljesítmény* elérése és a *kapcsolatok ápolása* is. Annak ellenére, hogy a kompetitív típusú motívumok nagyon fontosak a játékosok körében, mégis minden évben a leggyengébb motívumok a *versengés*, a *hírnév*, a *hatalom* megszerzése, valamint a *mások legyőzése* voltak. Érdekeség, hogy a *társkeresés* volt a legkevésbé vonzó szempont a kitöltők válaszai alapján, bár a faktoranalízis során az mutatkozott meg, hogy ezzel a dimenzióval mégis számolni kell a motivációs modellben.

1.3.2.4. A játékok pozitív hatásai, fejlesztett kompetenciák

A játékosok szerint az általuk játszott online közösségi játékok leginkább a *reflexüket*, a *reakcióidejüket*, a *logikai*, *kombinációs* és *taktikai* érzéküket, a *gyors döntések* meghozatalára képes *stratégiai* gondolkodásukat, a *szociális* és *kooperációs* érzékenységüket, a *kommunikációs* és a *problémamegoldó* képességüket fejlesztették, de sokan számoltak be arról is, hogy az *idegen nyelv* (elsősorban az angol nyelv) elsajátításában és fejlesztésében is sokat segítettek az online játékok. A motivációs kérdésekhez hasonlóan a játékok hatásai tekintetében is óvatosan kell kezelnünk a játékosok által kapott adatokat. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy a kérdőív kitöltése alapján semmiképpen sem mondhatjuk, hogy a játékok milyen téren fejlesztik a különböző képességeket és kompetenciákat, hanem csupán arról beszélhetünk, hogy a játékosok szerint, szubjektíve miben segítettek a játékok. Ezek a válaszok tehát önreflexív jellegűek, amelyek nem számítanak objektív adatoknak. Erre utaltam korábban, amikor a kérdőíves, kvantitatív típusú adatfelvétel korlátaira hívtam fel a figyelmet, és hogy a szenzitívebb típusú kérdések esetén érdemes az olyan kvalitatív módszerekhez nyúlni, mint pl. a mélyinterjú-készítés vagy a fókuszcsoportos vizsgálat.

1.3.2.5. Játékosok szabadidős tevékenységei

A játékosok az online játékokon kívül szabadidős tevékenységnek kimagaslóan az *olvasást* (*28%*) nevezték meg leggyakrabban, de nagyon jelentős még a *sportolás* is, ezen belül főleg a *kerékpározás (10%)*. Ezen túl sokan a *filmnézést*, a *kirándulást* és a barátokkal való *kikapcsolódást* írták még *(9-9%)*. Az alábbi *7. táblában* részletesen láthatjuk azokat a leggyakoribb játékon kívüli szabadidős tevékenységeket, amelyeket a játékosok megjelöltek.

7. tábla

A játékon kívüli szabadidős tevékenységre vonatkozó adatok (2012)

1	**olvasás: regények, novellák, versek**	**577**	**28%**
2	*sportolás*: biciklizés	210	10%
3	sportolás: egyéb	197	10%
4	filmnézés (TV, DVD, videó, online)	193	9%
5	kirándulás, túrázás, természetjárás	188	9%
6	barátokkal lenni (beszélgetés, szórakozás, kikapcsolódás)	183	9%
7	*sportolás*: foci, futsal, kispályás foci	130	6%
8	zenehallgatás	115	6%
9	*sportolás*: kondizás, testépítés, edzés, fitnesz, aerobic	112	5%
10	hímzés, varrás, szabás, kötés, horgolás, szövés, fonás, gyöngyfűzés	106	5%
11	képző- és iparművészet: rajzolás, grafika, festés, szobrászkodás, üvegfestés, stb.	102	5%
12	kertészkedés, növények, virágok ápolása	95	5%
13	*sportolás*: úszás	80	4%
14	*sportolás*: futás, kocogás	76	4%
15	főzés, sütés	68	3%

Annak érdekében, hogy láthatóvá váljon, milyen a játékosok szabadidős mintázata, a különböző tevékenységeket nagyobb kategóriákba rendeltem (*8. tábla*). Az összevonást követően elmondható, hogy a játékosok két leggyakoribb szabadidős tevékenysége a *sportolás* (*29%*) és az *olvasás* (*15%*), ami élesen ellentmond a játékosokkal szembeni negatív sztereotip képnek, mely szerint ők „*nem mozognak*” és „*nem olvasnak*”.

8. tábla

A szabadidős tevékenységek összevont csoportosítása (2012)

1	**Sportolás**	**1 126**	**29%**
2	**Olvasás**	**587**	**15%**
3	Alkotó munka	350	9%
4	Egyéb	298	8%
5	Filmnézés	252	6%
6	Zene	241	6%
7	Utazás, kirándulás	226	6%
8	Barátokkal	191	5%
9	Játék	158	4%
10	Kertészkedés	95	2%
11	Állattartás	82	2%
12	Családdal	72	2%
13	Főzés	68	2%
14	Horgászás	68	2%
15	Informatika	68	2%
	ÖSSZESEN	**3 882**	**100%**

1.3.2.6. Játékosok offline és online kapcsolatai

Már a kutatás elején, 2011-ben fontosnak tartottam annak longitudinális mérését, hogy a következő évek során hogyan fog változni a játékosok offline és online kapcsolatainak egymás közti aránya. Ez különösen a digitális netgeneráció felnövekvésének és új kultúrájának vizsgálatához adhat értékes inputokat. A 2011–2015 közötti időszakban a játékosok *kapcsolati dimenzióját* vizsgálva összességében elmondható, hogy a résztvevők többségének *2-3* olyan valós, „IRL[14]”, *„offline” barátja*[15] van, akivel a legbensőbb titkait is megosztja (*9. tábla*).

[14] „*IRL*”: a játékosok így nevezik a „*valós élet*” kategóriát (az angol „*In Real Life*” kifejezés rövidítése)

[15] „*Offline/IRL barát*” definiálása a kutatásomban: „*Olyan ismerős, akiben megbízik, és akivel szívesen megosztja legbensőbb gondolatait*”.

9. tábla

Az offline barátokra vonatkozó adatok (2011–2015)

Adatfelvétel éve	Kitöltők	Kapcsolatok - OFFLINE BARÁTOK száma									
	ÖSSZES	2 barát		3 barát		1 barát		4 barát		5-7 barát	
2011 (MMO)	12 197	2 700	*22,1%*	1 888	*15,5%*	2 166	*17,8%*	1 079	*8,8%*	1 104	*9,1%*
2011 (RPG)	816	217	*26,6%*	187	*22,9%*	115	*14,1%*	129	*15,8%*	97	*11,9%*
2012	2 014	484	*24,0%*	418	*20,8%*	283	*14,1%*	264	*13,1%*	237	*11,8%*
2013	2 215	499	*22,5%*	471	*21,3%*	319	*14,4%*	315	*14,2%*	337	*15,2%*
2014	7 893	1 854	*23,5%*	1 643	*20,8%*	1 197	*15,2%*	1 074	*13,6%*	1 119	*14,2%*
2015	6 840	1 607	*23,5%*	1 544	*22,6%*	986	*14,4%*	968	*14,2%*	995	*14,5%*
ÖSSZESEN	31 975	7 361	23,7%	6 151	20,6%	5 066	15,0%	3 829	13,3%	3 889	12,8%

A fenti táblázatból világosan látszik, hogy a fél évtized alatt érdemi elmozdulás nincsen a tekintetben, hogy a közösségi online játékosoknak leggyakrabban *2 barátjuk* van (*22–24%*). A második leggyakoribb válasz pedig az, hogy *3 offline baráttal* rendelkeznek. Itt láthatunk némi növekvő tendenciát: míg *2011-ben 15,5%* volt ez az arány, *2015-re* ez már *22,6%*-ra emelkedett. Az *offline barátokra* vonatkozó adatok eloszlását a 2015. évi adatok alábbi diagramjával szemléltetem (*5. ábra*).

5. ábra

A játékosok offline barátainak száma (2015)

Ezzel szemben a virtuális világban – azok között, akikkel még nem találkozott személyesen – legfeljebb csak *egy „online" barátja*[16] van (*10. tábla*). Talán sokan azt gondolhattuk, hogy azon online játékosok körében, akiknél a játék szinte életformává vált,

[16] „*Online barát*" definiálása a kutatásomban: „*Olyan online ismerős, akiben megbízik, és akivel szívesen megosztja legbensőbb gondolatait, de személyesen még nem találkozott vele*".

legalább ugyanannyi online barát van, mint valós. A kutatási adatok ezt a feltételezést vagy sztereotip képet egyáltalán nem támasztják alá.

10. tábla

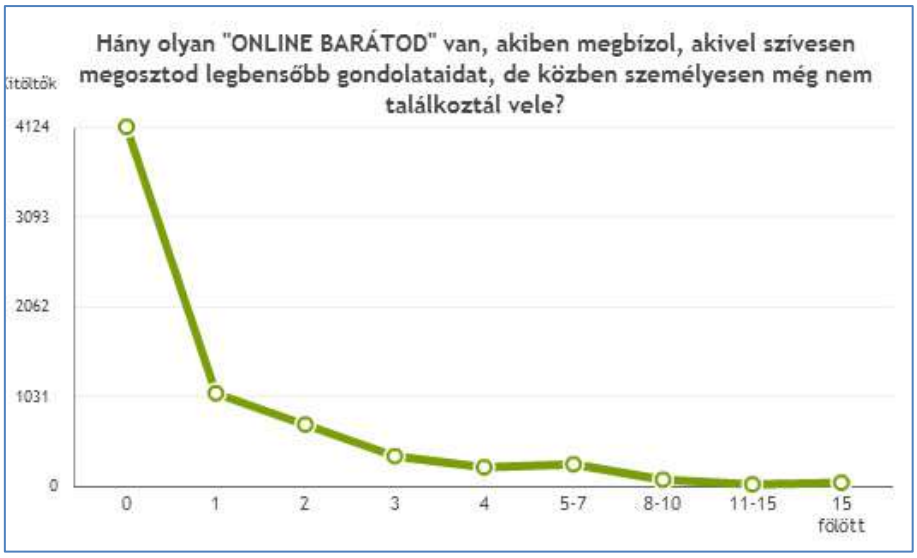
Az online barátokra vonatkozó adatok (2011–2015)

Adatfelvétel éve	Kitöltők	Kapcsolatok - ONLINE BARÁTOK száma							
	ÖSSZES	0 onlline barát		1 online barát		2 online barát		3 online barát	
2011 (MMO)	12 197	7 628	*62,5%*	1 575	*12,9%*	1 281	*10,5%*	632	*5,2%*
2012	2 014	1 161	*57,6%*	284	*14,1%*	225	*11,2%*	122	*6,1%*
2013	2 215	1 308	*59,1%*	341	*15,4%*	229	*10,3%*	143	*6,5%*
2014	7 893	4 631	*58,7%*	1 210	*15,3%*	835	*10,6%*	448	*5,7%*
2015	6 840	4 123	*60,3%*	1 067	*15,6%*	706	*10,3%*	345	*5,0%*
ÖSSZESEN	31 159	18 851	59,6%	4 477	14,7%	3 276	10,6%	1 690	5,7%

A táblázat adatai alapján elmondható, hogy kimagaslóan a legjellemzőbb válasz az volt, hogy egyáltalán *nincs online barátja (60%)*. Ezt követi az *1 online* baráttal rendelkezők tábora (*14,7%*), ami megdöbbentően alacsonynak tűnhet az offline-hoz képest, illetve külön érdekesség, hogy a fél évtized alatt nincsen érdemi változás (*6. ábrán* jól látható az online baráti kapcsolatok eloszlása). Ez azt jelenti, hogy hiába lett évről évre egyre népszerűbb és elterjedtebb az online játékok világa, az online barátságok aránya lényegében nem növekszik. Ennek egyik oka, illetve ezen érdekes jelenségnek egyik kulcstényezője lehet a következő kérdésre adott válasz.

6. ábra

A játékosok online barátainak száma (2015)



A JátékosLét kutatás 2012 óta visszatérő kérdése, hogy „*Hány olyan személyes barátod van, akit először az interneten ismertél meg (előtte a való életben soha sem találkoztatok), de most már személyesen is ismeritek egymást?*” Az alábbi táblázatban az adatok azt mutatják, hogy itt sem láthatunk érdemi tendenciát, 2012 óta gyakorlatilag nincsen változás (*11. tábla*). A kérdésben felmerült dilemma szempontjából a lényegi adat azonban az, hogy a játékosoknak *kevesebb mint a fele* (46,4%) mondta csak azt, hogy *nem lett offline barátság* az online módon szerzett kapcsolataiból. Leggyakrabban *1 barát* lesz (*14,5%*) a virtuális közegből, majd ezt követi a *2 barát* (*10,7%*) és az *5–7 barát* (*7,5%*) kategória.

11. tábla

Az online-ból offline baráttá válás adatai (2012–2015)

Adatfelvétel éve	Kitöltők	Kapcsolatok - ONLINE-BÓL OFFLINE BARÁTOK száma							
	ÖSSZES	0 barát		1 barát		2 barát		5-7 barát	
2012	2 014	947	*47,0%*	273	*13,6%*	191	*9,5%*	143	*7,1%*
2013	2 215	1 013	*45,7%*	319	*14,4%*	228	*10,3%*	174	*7,9%*
2014	7 893	3 674	*46,5%*	1 170	*14,8%*	934	*11,8%*	588	*7,4%*
2015	6 840	3 174	*46,4%*	1 054	*15,4%*	773	*11,3%*	520	*7,6%*
ÖSSZESEN	18 962	8 808	46,4%	2 816	14,5%	2 126	10,7%	1 425	7,5%

A kapcsolati dimenzió egyik legérdekesebb vetülete a *párkapcsolati* kérdéskör, amelyre 2012 óta minden évben így kérdezek rá a kérdőívben: „*Jött már létre párkapcsolatod olyan személlyel, akit az interneten ismertél meg?*” Az igen-nem válaszok aránya 4 éve gyakorlatilag változatlan; a játékosoknak közel *egyharmada* (*30,8%*) számolt be arról, hogy született már *valós párkapcsolata az online térből (12. tábla).*

12. tábla

Az online-ból offline párkapcsolattá válás adatai (2012–2015)

Adatfelvétel éve	Kitöltők	Kapcsolatok - PÁRKAPCSOLAT NETRŐL			
	ÖSSZES	IGEN		NEM	
2012	2 014	602	*29,9%*	1 412	*70,1%*
2013	2 215	657	*29,7%*	1 558	*70,3%*
2014	7 893	2 330	*29,5%*	5 563	*70,5%*
2015	6 840	2 188	*32,0%*	4 652	*68,0%*
ÖSSZESEN	18 962	4 518	30,8%	10 215	69,2%

2015-ben egy új kérdéssel egészítettem ki a párkapcsolati témát, ami már kifejezetten arra fókuszált, hogy az *online játékokból* származott-e offline párkapcsolatuk. Itt a játékosok

egytizede (*10,4%*) nyilatkozott úgy, hogy az *online játék* során jött már létre *párkapcsolata (7. ábra)*.

7. ábra

Párkapcsolatok létrejötte az online játékok világából (2015)

Az online játékosokat gyakran éri a sztereotip ítélet, hogy izolálódnak a környezetüktől, és hátrahagyják családi és baráti kapcsolataikat. A játékosokkal 2011-ben készített több száz interjú során kiderült, hogy sok esetben saját családtagjaikkal játszanak, ami arra utal, hogy a játékok alkalmasak lehetnek közös családi időtöltésre is. Ezért 2012-től ezt a kérdést is felteszem minden évben: „*A családtagjaid közül játszik valaki az általad játszott online játék(ok)kal?*”. A válaszadók közel *fele* (*42,1%*) nyilatkozott úgy, hogy a *családtagjai közül játszik valaki* az általa játszott online játék(ok)kal *(13. tábla)*.

13. tábla

A játékba bekapcsolódó családtagokra vonatkozó adatok (2012–2015)

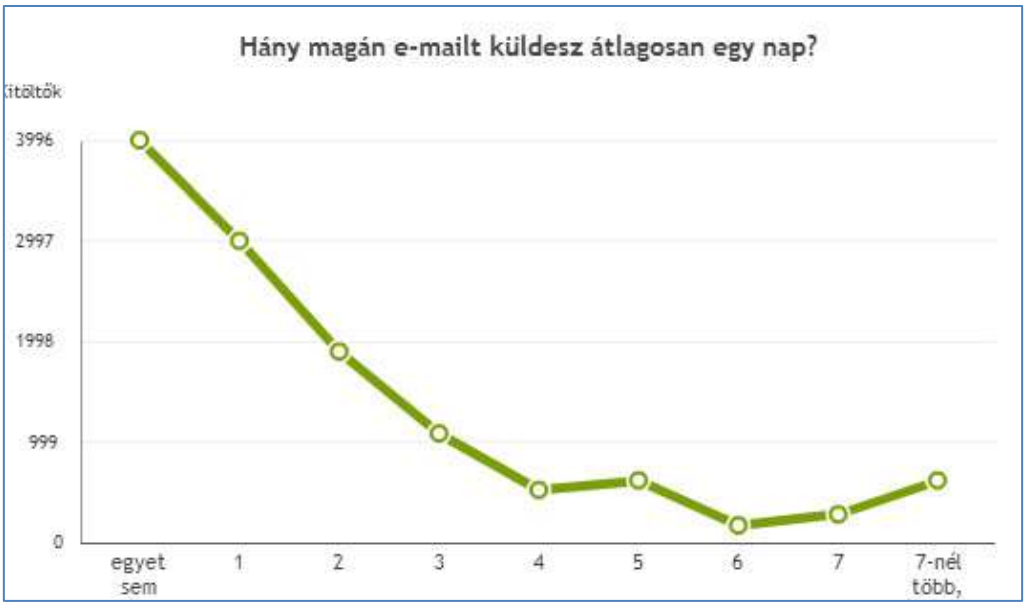
Adatfelvétel éve	Kitöltők	Kapcsolatok - CSALÁDTAGOKKAL JÁTÉK			
	ÖSSZES	IGEN		NEM	
2012	**2 014**	897	*44,5%*	1 117	*55,5%*
2013	**2 215**	924	*41,7%*	1 291	*58,3%*
2014	**7 893**	3 512	*44,5%*	4 381	*55,5%*
2015	**6 840**	2 721	*39,8%*	4 119	*60,2%*
ÖSSZESEN	**18 962**	**6 233**	**42,1%**	**8 500**	**57,9%**

1.3.2.7. Játékosok kommunikációja és aktivitása a közösségi oldalakon

A kutatás során a játékosok kommunikációs kultúrájának változását is vizsgáltam, amely során már az első, 2011. évi kutatásból is kiderült, hogy a többség szinte csak az *interneten* tartja a *kapcsolatot* a barátaival, a telefonját inkább vészhelyzetben használja. Sőt, a legtöbb válaszadó még *e-mailt sem küld* egy átlagos nap *(9. ábra) során*, inkább az *azonnali üzenetküldő* szolgáltatások segítségével kommunikálnak, pl. a *skype, Gtalk* vagy a *Facebook* felületén keresztül.

8. ábra

A játékosok által küldött magán e-mailek száma (2011)



2012. óta vizsgálom azt is, hogy a játékosok melyik *kommunikációs csatornát részesítik előnyben*, a nyolc különböző kategóriát egymáshoz viszonyítva és sorrendbe állítva. Az értékelést jelentő *pontszámok* a *sorrendbeli helyezés* pontszámainak kumulációi, így minél több pontot kapott egy kategória, annál hátrább helyezkedik el a sorban. Ennek megfelelően a legkevesebb pontszámú kategória áll az első helyen, a legtöbb pontszámmal rendelkező pedig az utolsónak számító 8. helyen. A *14. táblában* található kommunikációs csatornákhoz rendelt három oszlopból az első az előbb említett *összpontszámot* jelenti, ezt követi a *százalék*, ami a pontszámok alapján mutatja az egymás közötti arányokat, a harmadik oszlopban található szám pedig a sorrendbeli *helyezést* jelöli az adott évre vonatkozóan. Az adatok alapján elmondható, hogy minden évben a *személyes kommunikációt* jelölték meg a játékosok az első helyen, a válaszok aránya stabilan *5,7%* körül maradva. 2015-ben a *közösségi oldalakon*

történő kommunikáció felkerült a 2. helyre, amely az évek alatt folyamatosan erősödő tendenciát mutat (*11,7%-os értékről 8,3%-os értékre*). Ezzel ellentétes folyamat ment végbe a *telefonos*[17] kommunikációnál, amelynek használata évről évre szignifikánsan csökken (*8,1%-ról 9,0%-ra*) a játékosok körében. Némi gyengülést mutatnak a 4. helyen álló *VOIP-os* (pl. skype) kommunikációs eszközök (*13,9%-ról 12,8%-ra*), az *instant messengerek, chatprogramok* azonban nagyjából egy helyen (*14,4%* körül) stagnálnak . A 6. helyen álló e-mailes kommunikáció az az elmúlt évek folyamatainak egyértelmű vesztese (*12,5%-ról 14,6%-ra csökkent az e-mail-használat aránya*), különösen, ha az eredményeket korosztályi bontásban nézzük, mivel a fiatalok szinte egyáltalán nem használnak elektronikus levelezést. A kategóriák között egyértelműen a legstabilabb a 7. helyen álló *játékon belüli, „ingame"* kommunikáció; itt minden évben 15%-os értéket kaptunk a válaszok alapján. A mindvégig utolsó helyen álló *postai levél* a legkevésbé használt kommunikációs eszköz, amelynek igénybe vétele egyre kisebb mértékű.

14. tábla

A kommunikációs csatornák sorrendjére vonatkozó adatok (2012–2015)

Adatfelvétel éve	pontok	KOMMUNIKÁCIÓS CSATORNÁK sorrendje											
	ÖSSZES	1. SZEMÉLYES			2. KÖZÖSSÉGI OLDALAK			3. TELEFON (mobil, vezetékes)			4. VOIP (SKYPE és egyéb voip kliensek)		
2012	72 504	3 961	*5,5%*	1	8 464	*11,7%*	3	5 840	*8,1%*	2	10 043	*13,9%*	5
2013	79 650	4 716	*5,9%*	1	7 932	*10,0%*	3	6 700	*8,4%*	2	9 900	*12,4%*	4
2014	284 149	16 193	*5,7%*	1	26 874	*9,5%*	3	24 262	*8,5%*	2	36 378	*12,8%*	4
2015	246 156	13 797	*5,6%*	1	20 492	*8,3%*	2	22 130	*9,0%*	3	31 472	*12,8%*	4
ÖSSZESEN	**682 459**	**9 667**	***5,7%***	**1,0**	**15 941**	***9,9%***	**2,8**	**14 733**	***8,5%***	**2,3**	**21 948**	***13,0%***	**4,3**
Adatfelvétel éve		5. INSTANT MESSENGEREK, CHATPROGRAMOK			6. E-MAIL			7. ONLINE JÁTÉKOK			8. Postai LEVÉL		
2012		9 973	*13,8%*	5	9 049	*12,5%*	4	11 355	*15,7%*	7	13 819	*19,1%*	8
2013		12 149	*15,3%*	7	10 322	*13,0%*	5	12 078	*15,2%*	6	15 853	*19,9%*	8
2014		42 069	*14,8%*	6	38 994	*13,7%*	5	42 953	*15,1%*	6	56 426	*19,9%*	8
2015		34 264	*13,9%*	5	35 943	*14,6%*	6	37 883	*15,4%*	7	50 175	*20,4%*	8
ÖSSZESEN		**24 614**	***14,4%***	**5,8**	**23 577**	***13,4%***	**5,0**	**26 067**	***15,3%***	**6,5**	**34 068**	***19,8%***	**8,0**

A JátékosLét-kutatás a kommunikáció kérdésén belül érintette a *közösségi oldalak* világát is. 2012-től minden évben szerepel olyan kérdés, hogy a játékosok *melyik közösségi oldalon a legaktívabbak*. Ennek összefoglalója az alábbi táblázatban látható (*15. tábla*). Fontosnak tartom kiemelni, hogy 2015-ben a *játékosoknak* csupán *8%*-a mondta azt, hogy *egyik közösségi oldalon sem aktív*. Az idősoros számadatokból egyértelműen látszik a csökkenő

[17] Ez a kategória a mobiltelefont és vonalas telefont is magában foglalja.

tendencia, hiszen míg *2012-ben* ez az arány *21,2%, 2013-ban* már *17,7%-re* csökkent, *2014-ben* pedig már *csak 13,1%* volt a közösségi oldalakat hanyagolók aránya. Ez alapján kijelenthetjük, hogy a *közösségi online játékosok* szinte teljes mértékben megjelentek, sőt aktívan jelen vannak a *közösségi oldalak* platformjain, ezen belül is elsősorban a Facebookon.

15. tábla

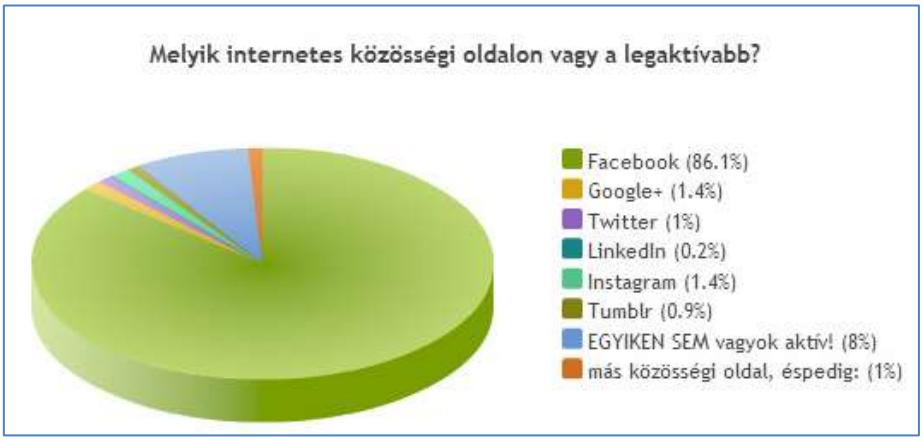
A közösségi oldalak használatára vonatkozó adatok (2012–2015)

Adatfelvétel éve	Kitöltők	KÖZÖSSÉGI OLDALAK használata (amelyiken a legaktívabb)											
	ÖSSZES	1. Facebook		2. Google+		3. Instagram		4. Twitter		5. LinkedIn		0. iWiW	
2012	2 014	1 420	*70,5%*	38	*1,9%*			17	*0,8%*	4	*0,2%*	82	*4,1%*
2013	2 215	1 696	*76,6%*	41	*1,9%*			22	*1,0%*			25	*1,1%*
2014	7 893	6 429	*81,5%*	212	*2,7%*			91	*1,2%*	15	*0,2%*		
2015	6 840	5 887	*86,1%*	95	*1,4%*	97	*1,4%*	69	*1,0%*	15	*0,2%*		
ÖSSZESEN	14 733	12 316	83,8%	307	2,0%	97	1,4%	160	1,1%	30	0,2%	0	2,6%

A 2015. évi kérdőív adatai alapján elmondható (*10. ábra*), hogy az *online játékosok* több mint *4/5*-e nyilatkozott úgy, hogy a *Facebook* oldalon a legaktívabb, amely toronymagasan vezeti a közösségi oldalak listáját. Ezt követi holtversenyben az *Instagram* és a *Google+* (1,4-1,4%), majd a 4. helyen a *Twitter* (*1,0%*) és az 5. helyen a *LinkedIn* (*0,2%*).. Érdekesség, hogy az *iWiW* a 2014-es megszűnése előtti években meghatározó közösségi oldal volt (pl. 2012-ben még 4,1% volt a felhasználók aránya, így a 2. helyen állt a Facebook után).

9. ábra

A közösségi oldalak használati aránya (2015)



Az első fejezet végére érve összefoglalóan elmondhatjuk, hogy a hétköznapi *játékkultúra* – a videojátékok fejlődésével és széles körű elterjedésével – a *2000-es évek* második felére olyan meghatározó *tényezővé* lépett elő, hogy különböző *pszichológiai* és *szociológia kutatások* tárgyává vált. Ezen a folyamaton sokat lendített a *2010*-ben megjelent

gamification gondolatkör, amely mindezt a tendenciát jelentősen katalizálta, így a játékkutatások során már nem csupán a *játékosok* és a *játékos közösségek* vizsgálata volt szem előtt, hanem a *játékmechanizmusok* működési elvének, immerzív erejének a megismerése is fontossá vált. Ennek jegyében indult el *2011*-ben a „*JátékosLét*" elnevezésű kutatásom, amely a fejezet elején bemutatott „*Homo Ludens*" filozófiájára és eszmevilágára épül. A fejezet zárásaként az 5 éves longitudinális kutatás fontosabb és érdekesebb eredményeit röviden bemutattam.

2. AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM VIRTUÁLIS KÖZÖSSÉGEI

Ebben a fejezetben azt vizsgáljuk meg, hogy milyen *társadalmi folyamatok* alapozták meg a *játékkultúra* és a *gamification* intézményes szintű megjelenését és széles körű elterjedését. Összefoglalóan írhatjuk, hogy az *információs társadalom digitális forradalma* volt az a tényező, amely egyrészt megváltoztatta az *új generációk* gondolkodását és életmódját, másrészt a számos pozitív hozadéka közül – e téma tekintetében – kiemelhető a *videojáték* kultúrájának és iparágának a megszületése. A *számítógépek* hihetetlen gyors technikai és grafikai *fejlődésével* megjelentek az első *virtuális világok* és *környezetek*, amelyek egyre *látványosabbak* és *immerzívebbek* lettek, és egy idő után alkalmassá váltak a *társas interakciók* és társadalmi *folyamatok lemodellezésére* is. Ebben a progresszív folyamatban a *videojátékok* világa a *2000-es évek* második felére olyan szintre emelkedett, hogy az *Y és Z generációk* életében jelentős tényezővé vált mind *pszichológiai*, mind *szociológiai* értelemben. E fejezetben ezt a folyamatot mutatom be, az információs társadalom gondolatköréből indulva a videojátékok virtuális valóságáig.

2.1. Információs társadalom és a netgeneráció

Az internet, a számítógépek, tabletek és mobiltelefonok világa, egyszóval az infokommunikációs eszközök (IKT) és szolgáltatások a hétköznapjaink részeivé váltak, teljesen beépültek a környezetünkbe. Jelenleg a *világ népességének 46%-a*, azaz már több mint *3,4 milliárd ember használ internetet*[18]. Összefoglalva: információs társadalomban élünk, egy olyan világban, amelyben az információ létrehozása, megszerzése, továbbadása kiemelt jelentőséggel bír. Az információs társadalom megköveteli az IKT eszközök ismeretét és használatát, hiszen ennek hiányában előbb-utóbb hátrányos helyzetbe kerülhetnek a „nem-használók". Csak azok tudják jól kihasználni az új információs társadalom lehetőségeit, akik rendszeresen használják ezeket az eszközöket.

2.1.1. Információs társadalom

Jelenleg nincs egységes definíció arra, hogy pontosan mi is az „*információs társadalom*", de szinte mindegyik elmélet arra a fő kérdésre fókuszál, hogy a folyamatosan

[18] A folyamatosan változó, aktuális statisztika itt követhető: http://www.internetlivestats.com/internet-users/ (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)

fejlődő infokommunikációs technológia milyen módon alakítja át a társadalmat, a hétköznapi életünket, kapcsolatainkat. Ennek megfelelően az információ előállítása, elosztása, terjesztése, használata és kezelése egyben meghatározó gazdasági, politikai és kulturális tevékenység is. Az információs társadalom egyik fő jellemzője, hogy az információtechnológia központi szerepet tölt be az ipari termelésben, a gazdaságban, az egészségügyben, az oktatásban, a tudástranszferben, a kultúra területén a szociális, közösségi együttlétben, vagyis az egész társadalomban. *Manuel Castells (2000)*, a „*hálózati társadalom*" ismert kutatója szerint az információs társadalom az emberi együttélésnek egy teljesen új módját hordozza magában, ahol az információ előállítása és tárolása jelenti az új kihívást. Az információs társadalmat az ipari társadalom folytatásának is értelmezik, ami erősen kapcsolódik a posztindusztriális társadalom, a posztfordizmus, a posztmodern társadalom, a tudástársadalom és a hálózati társadalom fogalmaihoz.

Maga az információs társadalom (angolul *information society*) kifejezés *1961*-ben született meg, és a hetvenes évekig párhuzamosan használták „tudástársadalom" fogalommal és más olyan terminussal, melyek a posztindusztriális társadalomra utaltak. A kifejezés az 1980-as években vált ismertté, de leginkább az internet- és számítógép-használat széleskörű elterjedésével kapott új értelmet.

Ennek megfelelően az információs társadalom egyik legelterjedtebb meghatározásában a technikai újítások jelentik korunk legfontosabb jellemzőjét, különösen annak fényében, hogy az infokommunikációs eszközök (IKT) folyamatosan fejlődnek és terjednek. Ennek egyik oka az IKT eszközök árának csökkenése, elérhetőségük növekedése, valamint a hétköznapi környezetünkben való egyre nagyobb mértékű megjelenésük (pl. autók, televíziók, okostelefonok, játékok működésében és az online felületre „átköltöző" szolgáltatásokban). A digitális vívmányok tehát jelen vannak a mindennapjainkban, a munkánkban és a szórakozásunkban is. Az információs tér határtalan, amely virtuális teret az egyre bővülő résztvevők száma, a digitalizálódó szolgáltatások és tartalmak növekvő mennyisége folyamatosan tágítja, így egyre nagyobb hatást gyakorol társadalmunkra (Dessewffy 2004).

Ebben az átalakuló társadalomban az infokommunikációs eszközök csak akkor jelentenek valóban pozitív változást, ha a digitális technológia nem csupán öncélú, innovatív eszközként működik, hanem képes érdemben hozzájárulni az egyéni és közösségi életminőség javulásához. Alapvető kérdés tehát, hogy hogyan tudja segíteni a társadalmi fejlődést, különösen az oktatási, gazdasági, szociális és egészségügyi folyamatokat. Ennek tükrében *Csepeli György* és *Prazsák Gergő* (2010) rendkívül fontos kérdésre irányítják a figyelmet,

amikor az *internetezés* és *értékek* kapcsolatát, összefüggéseit vizsgálják, és kijelentik, hogy az internethasználat módja alapvetően az értékek mentén rendeződik (Csepeli & Prazsák 2010: 159).

Végül fontos megemlíteni, hogy az információs hálózatok – a technikai hatásokon túl, a tér és az idő áthidalásával – megteremtették egy olyan közös globális kultúra és együttélés lehetőségét, amelyre a történelemben eddig még nem volt példa.

2.1.2. Globalizálódó világ, globalizálódó generációk

A történelem során az egyes korszakok *címkézései* (pl. „*sötét középkor*") hiába voltak globális jellegűek, maguk a „címkézett" jelenségek valójában lokális szinten voltak csak érvényesek, elsősorban az európai kultúrtörténelem részeként. A XX. században azonban – a történelem során először – a társadalmi folyamatok és események globálissá váltak. Megjelent a földrajzi határokat könnyen átlépő nemzetközi kommunikáció és közlekedés, és kirobbantak az első világháborúk is. Ebben a században az egész emberi társadalom alapvetően változott meg, melyben az egyik fő kulcstényező a nemzetköziség lett. Ennek megfelelően a generációk elnevezéseinek jellege is globálissá vált. Ez a folyamat a XX. század végére csúcsosodott ki, az informatika térhódításával. Az internet, az infokommunikációs eszközök, valamint a *közösségi média* (Fehér 2016) segítségével az információáramlás csatornái és a különböző trendek, folyamatok globálissá váltak, így az egy időben született emberek már ugyanazokkal az eseményekkel és irányzatokkal találkoztak, minden korábbinál homogénebb kohorszt alkotva. *McCrindle* & *Wolfinger* (2011) szerint ekkor születtek a világ első globális generációi. Az első globális generáció elnevezése a „*baby boomer*" volt, amely a II. világháború után, az 1946 és 1964 között született generációt jellemezte, a fogalom alatt pedig a gyermekszületések számának emelkedését értették. Ezzel kezdődött el a különböző nemzedékek meghatározása és elnevezése a jellemzőik alapján (McCrindle & Wolfinger, 2011). A baby boomer generációt követő „X generáció" elnevezés nagy valószínűséggel *Coupland* (1991) munkássága révén alakult ki, amelyet az Y és Z generáció fogalmak követtek. Ezen generációs tipológia a következő fejezetben kerül részletes bemutatásra.

A „generációs elméletet" *William Strauss* és *Neil Howe* (1991) amerikai történészek fogalmazták meg először az 1991-ben megjelent *Generations* című könyvükben, amelyben azt állítják, hogy az egymást felváltó generációk világlátásában, értékrendjében és viselkedésében egy olyan mintázat fedezhető fel, amely ciklikusan ismétlődik. Straussék

szerint egy ilyen *ciklus* („*saeculum*”) hozzávetőleg 80 évig tart. Ez idő alatt nagyjából négy generációváltás történik, ahol a generációk kb. húsz évenként váltják egymást, és mindig a következő négy szakaszból tevődik össze:

1. *Felemelkedés* („*High*”). A válság utáni első időszak, amikor az új intézmények konszolidálódnak és erőssé válnak, miközben az egyéneket képviselő individualizmus a háttérbe szorul. A második világháború utáni időszak ilyen volt pl. Európa számára.

2. *Ébredés („Aweking”).* Az egyének az autonómia jegyében elkezdik megkérdőjelezni az őket körülölelő intézményrendszereket, így azok gyengülni kezdenek. Erre jó példa a ’60-as évek végi amerikai életérzés, amelyben az individuum mintegy fellázadt a sok évtizedes intézményi rendszerek, a megrögzött hagyományok és tabuk ellen.
3. *Kibontakozás* („*Unraveling*”). Ebben a szakaszban az intézmények lényegesen meggyengülnek, az individualizmus dominánssá válik. Az időszakra jellemző a gazdasági konjunktúra.
4. *Fordulópont* („*Fourth Turning*”). Ez az időszak az elavult, már nem igazán működőképes intézményrendszerek válságának ideje, amelyben az intézmények újraértelmezése és leváltása történik, békés vagy agresszív módon. A régi intézmények lebontása mellett az egyének valamely új kialakítására törekszenek. Ilyen időszak volt a szocialista intézményrendszer megdőlésének ideje, a ’80-as évek végi Közép-Kelet Európában.

McCrindle és *Wolfinger* (2011) arra hívták fel a figyelmet, hogy a generációk hagyományos biológiai megközelítése ma már nem működőképes, így a szülők és az utódok születése közötti átlagos időintervallumból már nem indulhatunk ki. A biológiai helyett a szociológiai megközelítés lényegesen reálisabbá és korszerűbbé vált, tekintve, hogy az újabb generáció tagjai a rohamtempójú környezeti és társadalmi változásokra olyan gyorsan reagálnak, hogy a korábbi, kb. két évtizedes intervallum már túl tág generációs időnek bizonyul (McCrindle & Wolfinger 2010). Ezt a jelenséget erősíti az is, hogy a mai társadalomban a fiatalok egyre később vállalnak gyermeket, így ez az átlagos intervallum már nem húsz, hanem harminc évre tolódik ki. *McCrindle*-ék szerint a generációk szociológiai meghatározása jobban reprezentálja a korunkat, így a generációk alatt olyan személyek csoportját értik, akik ugyanabban a korszakban születtek, ugyanazon időszak formálta őket, és ugyanazon társadalmi jellemzők voltak hatással rájuk; lényegében egy azonos életkor és

életszakasz, létfeltételek, technológia, események és tapasztalatok által összekapcsolt csoportot képeznek (McCrindle & Wolfinger 2011: 2).

2.1.3. Új generációk, új értékek, új motivációk

2.1.3.1. McCrindle generációs tipológiája

Ahogy az előző fejezetben már említettem, *McCrindle* és *Wolfinger* (2011) klasszikus tipológiájában az alábbi módon nevezte el a különböző generációkat: *építők* (1925–1945 között születtek); *baby*-boomerek (1946–1964 között születtek); *X generáció* (1965–1979 között születtek); *Y* generáció (1980–1994 között születtek); *Z generáció* (1995–2009 között születtek).

Természetesen ez csak egy modellje a generációk globális értelmezésének és címkézésének, és könnyen meglehet, hogy a jövőben mindezek a kategóriák és a közöttük lévő időszávok is újraértelmeződnek. Ezt a feltételezést erősíti az, hogy McCrindle-ék tipológiája elsősorban a fejlett országokban élőkre érvényes, az elmaradott térségben ugyanis mások a környezeti hatások, és a globalizáció sem olyan mértékű. Sőt, *Srinivasan* (2012) azt mondja, hogy az ázsiai nemzedékek világa merőben eltér a nyugati típusú társadalmakétól, mivel teljesen más kulturális és történelmi hatások játszódtak le az ázsiai térségében. Talán nem is kell olyan messzire mennünk, hogy az amerikai társadalmi folyamatokra épülő generációs modell univerzalitását kulturális-földrajzi alapon megkérdőjelezzük. Gondoljunk a XX. századi sajátos magyarországi vagy kelet-európai társadalmi berendezésre. További módszertani nehézség, hogy a generációk lényegi jellemzése ne az adott életkori sajátosságok alapján történjen, hiszen természetszerűleg másként viselkedik pl. egy serdülőkorban lévő, lázadó tizenéves, mint egy nagy tapasztalatokat megélt nyugdíjas nagyszülő. Amikor például a Z generációról beszélünk, történelmileg még nincs tapasztalatunk arra vonatkozóan, hogy hogyan viselkedik, miként gondolkodik a világról, a munkahelyről és a családmodellről egy digitális szocializációban részesült Z generációs nyugdíjas. Végül tekintettel arra, hogy jelen disszertációmban nem célom a generációk meghatározását és tipológiáját teljes körűen végigjárni, így a különböző modellekben megfogalmazott generációs jellemzők közötti ellentmondások feloldása és részletes elemzése sem cél. Ennek megfelelően a következő fejezetekben csak azokat a tulajdonságokat gyűjtöttem össze, amelyek általánosan elfogadottak, és amelyekben közös konszenzus van.

Összességében úgy gondolom, hogy bár a tipológiát – a fentiek fényében – több szempontból is kellő óvatossággal kell kezelni, a modell viszont arra mindenképpen jó, hogy

az alapvető tendenciákat és a jellemzőket hozzávetőlegesen rögzíteni tudja, a korosztályokat pedig, valamilyen rendező elv alapján elkülöníteni.

Mindezen korlátok tudatában a következőkben részletes bemutatásra kerül *McCrindle*-ék generációs tipológiája, amelyen belül kiemelt figyelmet szentelünk az Y és Z generáció sajátosságainak, jellemzőinek, mivel ők azok, akik az információs társadalom által kitermelt virtuális térben otthonosan mozognak, kommunikálnak, és így rájuk épülhet majd a „*Homo Ludens*" társadalma is. A generációk jellemzése során elsősorban az életmóddal és a munkakörnyezettel kapcsolatos értékek és attitűdök eltéréseit és változásait követjük nyomon.

„Veterán" generáció

Az „*építők*" vagy „*veterán*" elnevezésű generáció tagjainak az 1946 előtt születetteket tartjuk, különösen azokat, akik az 1920–30-as években születtek, és ma már déd- vagy nagyszülők. Ők képviselik a hagyományos értékeket és a tradicionális kulturális szokásokat, de kevésbé nyitottak a technikai újdonságokra. A modern infokommunikációs eszközök és szolgáltatások használata igen távol áll tőlük, elsősorban azért, mert nem érdekli őket, vagy idegenkednek, félnek az informatikai eszközöktől. A veterán generáció tagjai általában csupán egyetlen munkahelyen dolgoztak egész életükben, és egyetlen házasságban éltek. Számukra – a hagyományok ápolása mellett – az állandóság, a hűség és a kitartás a fő értékek, és minden változástól idegenkednek, mert azokat veszélyforrásnak tartják. Ezen generációhoz tartozók jelenleg már nem aktív munkavállalók

„Baby boom" generáció

A veteránok gyermekeiként, a „*baby boom*" generáció képviselői 1946–1964 között születtek. Ők azok, akik a saját életükben nagy társadalmi, politikai és kulturális változásokat éltek meg. Szembe kellett nézniük a globalizálódó világ minden változásával, és végigkövették, hogy miként törnek be az életünkbe a forradalmi technikai és kommunikációs újdonságok, amelyek alapjaiban változtatták meg a XX. század társadalmát. A drámai változások egyik manifesztációja, hogy az ő életükben a különböző generációk között olyan szakadékok jelentek meg, ami a történelem során szinte páratlan jelenség.

További nehézséget jelentett, hogy a gyorsuló technikai fejlődést egyre kevésbé tudták követni, lépést kellett tartaniuk a fiatalabb generációkkal, de a generációs szakadék inkább növekedett, mintsem csökkent volna. Ennek folyományaként megjelent a „*fordított*

szocializáció" jelensége (Csepeli és Prazsák 2010: 84)[19] is, amire korábban szintén nem volt példa.

Ha a munkahelyi hierarchiát megnézzük, ma a „*baby boom*" generáció tagjai alkotják a vezetők többségét, de egy részük lassan nyugdíjas lesz, másik részük viszont jó pár évig marad még a munkaerőpiacon. A munkájukat alázattal végzik, nagy munkakedvvel és munkabírással dolgoznak; kitartás, fegyelem és tisztelet jellemzi őket. Ugyanakkor van bennük egy olyan félelem is, mely szerint a következő generáció megfosztja őket a munkájuktól, a megélhetésüktől. A *boomerek* kötődnek munkahelyükhöz, és a felhalmozott tapasztalatukat és tudásukat szívesen használják fel a cégük sikere érdekében (Kissné András 2014).

„X generáció"

X generációnak az 1965–1979 között született nemzedéket nevezzük, ők a baby boom generáció gyerekei, a mai negyvenesek, akiket – internethasználat szempontjából – „digitális bevándorlóknak" is nevezünk (Palfrey és Gasser 2008); mivel fiatal felnőttek voltak, amikor megjelent az életükben a számítógép és az internet. *Coupland* (1991) az X generációról szóló könyvében arról beszél, hogy ők azok, akik már megtapasztalták a biztonság elvesztését, valamint hogy elsősorban kizárólag magukra számíthatnak. Számos vonatkozásban egy olyan átmeneti generáció ez, amely már a '68-as nemzedék után, de még a „hipermodern" Y/Z generációk előtt született. Magyarországon ez a generáció a '80-as évek végén történő rendszerváltás idején vált nagykorúvá, amikor a gyerekkorukban megismert világ szabályai érvénytelenné váltak. Az X generáció számára a *szabadság* és a *felelősség* kiemelten fontos értékek, és egyúttal ők azok, akik beleszülettek egy olyan multinacionális közegbe, ahol a munkaidő korlátlanná vált, a folyamatos rendelkezésre állás mellett. (Kissné András 2014).

„Y generáció"

Ezen nemzedék elnevezése és a tagok születési idejének meghatározása sem egységes. Elmondható, hogy az *Y generáció* tagjai 1980 és 1994 között születtek; a szakirodalomban sokféle elnevezést használnak rájuk. A *„Generation C", „millenniumiak", „digitális nemzedék", „IT-generáció", „internetgeneráció", „netgeneráció", „www-generáció", „e-generáció", „online generáció"* és a *„cyberkids"* elnevezések is mind az Y generáció

[19] A fordított szocializáció az, amikor a fiatalabb korosztály segíti az idősebb korosztályt az ismeretek elsajátításában (Csepeli-Prazsák, 2010:84)

elnevezés szinonimájának tekinthetők. Ők a mai huszon-harmincas éveikben járó fiatalok, a munkaerőpiac legfiatalabb nemzedéke.

Mivel ők már a számítógép és az internet világában nőttek fel, számukra teljesen természetes az életük szerves részét alkotó, nélkülözhetetlen digitális eszközök és felületek mindennapos használata. Ezért nevezik őket „*digitális bennszülötteknek*" (Palfrey & Gasser 2008). Az aktuális technikai vívmányokat – ismerőseik révén és/vagy autodidakta módon tanulva – olyan jól ismerik, hogy gyakran ők maguk tanítják az X generációs szülőknek vagy baby-boomer nagyszülőknek a különböző digitális eszközök használatát („*fordított szocializáció*"). Részben a technikai eszközök fejlődésének és sokszínűségének köszönhetően jellemző rájuk a „*multitask*" tevékenység, képesek ugyanis egyszerre több dologgal foglalkozni, párhuzamosan több mindenre koncentrálni. A villámgyors és szimultán kommunikáció mellett rendkívül fontos számukra az azonnali visszajelzés, így gyakran tetten érhető náluk az „*érzelmi inkontinencia*" jelensége, vagyis az érzések, érzelmek magunkban tartásának („*holding*") hiánya. Ebből következően egy érzelmileg feszült helyzetbe kerülve a történteket hajlamosak szinte azonnal „kiönteni magukból", rögtön megosztani az érzéseiket a közösségi oldalakon, így elmaradnak a lelki fejlődés szempontjából roppant fontos belső felismerések, megoldások, érzelmi feloldások. (Tari 2010). A közösségi oldalak pontosan erre az érzelmi jelenségre, kényszeres motivációkra építenek, amikor az azonnali megosztásokra fókuszáló felületek használatára ösztönöznek. A Facebook rendkívüli népszerűségének egyik oka éppen ebben a lelki mechanizmusban rejlik. Vannak olyan kutatók, akik a „millenniumi generáció" világát kifejezetten a *hálózatkutatás* logikájával, a *közösségi hálózatok* (*social networking*) tükrében vizsgálják (Dessewffy & Ravasz 2009).

Értékrendjükben kiemelt jelentőségű a *karrier,* a *pénz* és a *siker*, mivel azt látják, hogy a mai társadalomban csak ezeken keresztül lehet előrébb jutni. Emellett fontos számukra a közösségi érzés mindennapi megtapasztalása, a csoporthoz való tartozás élménye is. Ezt az elemi szociális igényüket elégítik ki a közösségi portálok és a különböző online közösségi játékok. A korábbi generációkkal szemben ők már rendelkeznek virtuális személyiséggel, digitális identitással is, így az emberi kapcsolataikat a valós és virtuális térben egyaránt megélik.

Az Y generáció tagjai – a digitális „okoseszközök" gyakori használatából kifolyólag – nem csupán új típusú kommunikációs stílussal rendelkeznek, hanem egy *újfajta munkakultúrát* is elterjesztenek (Kissné András 2014). A rugalmas munkaidőt preferálják, egy olyan munkahelyet, ami engedi, hogy bármikor, bárhonnan elvégezhessék a rájuk bízott feladataikat, munkájukat. A munkához való viszonyuk tehát merőben különbözik szüleikétől,

mivel nem szeretik a kötöttségeket, és aktuális munkahelyüket is gyakran úgy tekintik, mint egyet a sok közül, amin bármikor változtathatnak. Számukra az is nagyon fontos, hogy szeressék azt, amit csinálnak, élvezzék a munkájukat, és hogy a munkahelyükön értékes kapcsolatok jöjjenek létre. Az Y generáció tudatosságát és racionalitását jól szemlélteti az, hogy nem szeretik feleslegesen pazarolni az idejüket a számukra értelmetlen dolgokkal, így alaposan megválogatják, hogy hol dolgoznak. Azokat a munkahelyeket részesítik előnyben, amelyek segítik őket a céljaik elérésében. Az Y generáció számára kiemelten fontos a munkáltató részéről történő azonnali visszajelzés, amely szerintük elengedhetetlen feltétele a szakmai fejlődésükhöz. Ezt erősíti egy 2014. évi SAP kutatás is, amely szerint a „millenniumi" generációhoz tartozó SAP munkavállalók közel egyharmada több visszajelzésre számítana felettesétől. (Gregory 2014) Ez a felmérés arra is rávilágított, hogy az Y generációs munkavállalókat máshogyan kell menedzselni a más generációkhoz tartozó dolgozókhoz képest, különösen a visszajelzés és fejlesztés tekintetében.

Arra a szükségszerű tendenciára is figyelni kell, hogy a hatvanas-hetvenes éveikben járó „baby boomerek" lassan nyugdíjba mennek, így elsősorban az X generáció tagjai kerülnek a cégek, szervezetek élére vezetőknek. Ennek következtében egyre több fontos, döntéshozói pozíciót bíznak a „millenniumiakra", így az Y generációs értékrend hamarosan jelentősen átalakíthatja a szervezeti, céges működések alapstruktúráit, működési modelljeit.

„Z generáció"

A Z generáció tagjai korunk tanulói, a közeljövő munkavállalói, akik 1995–2009 között születettek. Azonban az ő időbeli besorolásuk sem egységes, mivel egyes kutatók az 1990-es évek eleje és a 2000-es évek eleje között születetteket sorolják ebbe a kohorszba, míg mások a 2000-es évektől számolják a Z generáció megjelenését. Továbbá vannak olyanok is, akik a Z generáció megszületését 1982-től számítják (Neil Howe & William Strauss 1991). A *Z generáció* az elnevezését az angol „*zappers*" kifejezésből kapta, amely magyarul „*kapcsolgatókat*" vagy „*váltogatókat*" jelent. A mai szakirodalomban és populáris médiafelületeken gombamód elszaporodtak a legkülönbözőbb elméletek a Z generáció világának értelmezését illetően, amelynek feldolgozása lehetetlen vállalkozásnak tűnik, különösen azért, mert még nincs megfelelő időbeli rálátásunk a mai generációs folyamatokra. Ennek következtében jelen munkában csupán pár példát emelnék ki, néhány modellen keresztül igyekszem megvilágítani a lényegi változást.

McCrindle (2012) a Z generációról szóló tanulmányában összegyűjtötte azokat az általa jelentősnek vélt *makrokörnyezeti tényezőket*, amelyek jelentősen formálják a Z generáció világát. Ebből kiderül, hogy nemcsak a technológia fejlődése és az internet gyakorol komoly hatást az új generációkra, hanem egyéb szempontok is. McCrindle ilyen fontosabb makrotényezőknek a korunkra globálisan jellemző *demográfiai, szociológiai,* és *pénzügyi* folyamatokat említi. Az egyik ilyen nagy változás, hogy a Z generációhoz tartozók minden korábbi generációnál *hamarabb kezdenek el tanulni*, és *tovább is maradnak az oktatási* rendszerben, mint a korábbi generációk. További sajátosság, hogy kis méretű családokba születnek, ahol kettőnél alacsonyabb az egy főre eső/egy nőre jutó születések száma, így a Z generáció tagjainak *kevesebb testvérük* van, a *szüleik* pedig *idősebbek*. *McCrindle* kiemeli a *vizualitás* egyre növekvő térnyerését is, amelynek alapját az egyre jobban terjedő és fejlődő infokommunikációs eszközök és szolgáltatások jelentik, de az oktatási folyamatokban is egyre nagyobb hangsúlyt kapnak az IKT alapú audiovizuális tartalmak (McCrindle 2012).

Érdemes még megemlíteni *Tapscott* munkásságát is, aki egyrészt arról híres, hogy ő az egyik megalkotója a „*netgeneráció*" kifejezésnek (Tapscott 1999), másrészt több mint 6000 netgenerációs fiatal bevonásával végzett vizsgálatot, amely alapján nyolc lényeges tulajdonságot állapít meg. A digitális generációról szóló könyvében a következő generációs jellemzőket említi: (1) *szabadság*, (2) *testre szabhatóság*, (3) *ellenőrzés*, (4) *integritás*, *tisztesség*, (5) *együttműködés*, (6) *sebesség*, (7) *innováció*, (8) *jókedv* és *szórakozás (*Tapscott 2009).

Tari Annamária (2011) a Z generációról írt könyvében hangsúlyozza az infokommunikációs hatás jelentőségét, tekintve, hogy e generáció tagjai már a *digitális korszakba* születtek bele, és ennek megfelelően a digitális eszközöket készségszinten használják. Az *információfeldolgozási és fogyasztási szokásaik* is teljesen különböznek a korábbi generációkétól, amely különösen az IKT eszközök intenzív használatának és az internet adta *azonnali hozzáférés* lehetőségének köszönhető. Talán ebből fakad, hogy ők nem csak az információs igényeiket, hanem minden más jellegű igényüket is azonnal ki akarják elégíteni, illetve elvárják az *azonnali visszajelzéseket* is**.** Az Y generációhoz hasonlóan rájuk is jellemző a *multitasking*.

2.1.3.2. Generációk a digitális szocializáció fényében

A szakirodalomban és a közbeszédben többnyire a digitális bevándorlók és bennszülöttek közötti alapvető különbségekről esik szó. *McCrindle* egyértelműen az életkor

és az abból fakadó sajátos tulajdonságok alapján határozza meg a különböző generációkat. A „*digitális bennszülött*” és a „*digitális bevándorló*” fogalmakat *Marc Prensky* (2001) vezette be, ezt követően kezdték el széles körben is használni. A differenciálás azonban elsősorban az *infokommunikációs eszközhasználatra* vonatkozik, és általában nem számolnak az egyre erőteljesebben terjeszkedő online/virtuális világ azon lehetséges *intrapszichikus* hatásaival, amely először csak a társas interakciókban, majd később makrotársadalmi szinten mutatkozhat meg. Ezen megközelítés szerint a digitális kor előtt született „X generáció” tagjai természetszerűleg idegenkednek a gyorsan változó infokommunikációs technológiától (IKT), ezzel szemben a digitális korban felnövekvő „Y generáció” számára a számítógép- és az internethasználat teljesen természetes.

Ezt a modellt szeretném - a saját kutatásaimra alapozva - tovább bővíteni (Fromann 2014a). A generációs különbségek korábbi két részre való bontását hármas felosztásra kívánom cserélni *(11. ábra)*. A három csoportot az alábbiak képviselik:

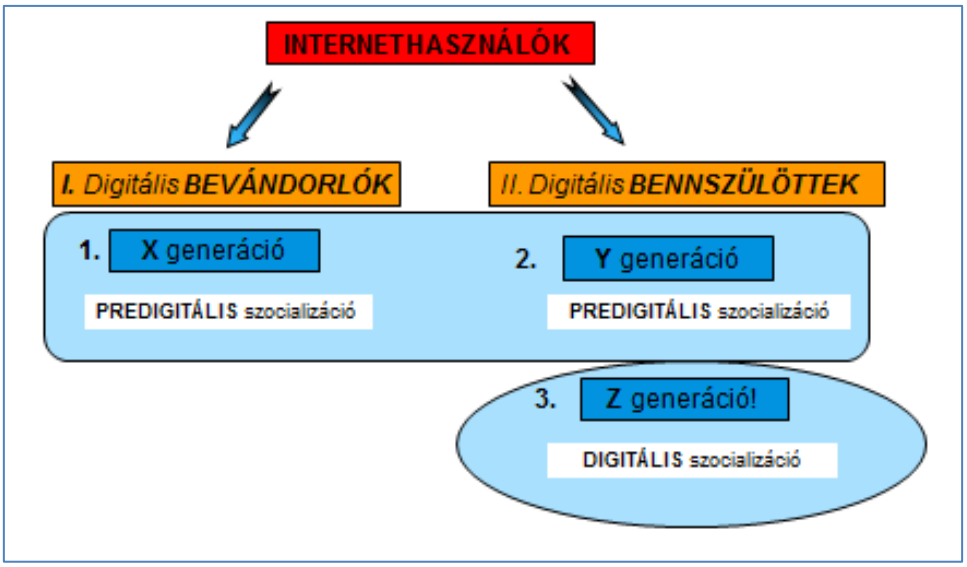
- *X generáció (XG*)**:** azok az internethasználók, akik még olyan társadalomban nőttek fel, amikor még az egyének számára nem volt (elérhető a) számítógép és internet. Őket nevezi a szakirodalom *digitális bevándorlóknak („Digital Immigrants*[20]*”)*. Ők egyfajta *predigitális szocializációban* részesültek, vagyis azok szocializálták őket, akik még nem ismerték az infokommunikációs eszközöket.
- *Y generáció (YG)***:** azok az internethasználók, akik már abba a világba születtek bele, amikor a számítógép- és internethasználat jelen volt a mindennapokban, azonban őket még az X generációhoz tartozó szülők, nevelők, tanárok, és egyéb társadalmi véleményvezérek szocializálták. Tehát ők is *predigitális szocializációban* részesültek. Őket nevezi a szakirodalom *digitális bennszülötteknek („Digital Natives”)*.
- *Z generáció (ZG)***:** azok az internethasználók, akik – az Y generációhoz hasonlóan – beleszülettek a folyamatosan fejlődő információs társadalomba (*digitális bennszülöttek*), sőt: számukra az élet teljesen természetes része a társadalom minden szegmensét betöltő infokommunikációs technológia; ugyanakkor mégis van egy nagyon fontos különbség, ami miatt élesen elválaszthatók az Y generációtól. Míg az utóbbiak esetében *predigitális szocializációról* beszélhetünk, a Z generációnál már *digitális szocializációról*. Ez azt jelenti, hogy őket már olyan személyek szocializálják, akik számára egyáltalán nem idegen az infokommunikációs technológia használata, és

[20] A „*digitális bennszülött*” és „*digitális bevándorló*” fogalmakat *Marc Prensky* (2001) használta először, majd ezt követően terjedt el ennek széles körű használata.

az azzal járó életmódváltozás. Véleményem szerint ennél a pontnál történelmi változás előtt állunk.

11. ábra

Internethasználók csoportosítása generációs megközelítésben



Az alábbiakban azon tipizálásomat mutatom be, amely a *játékhasználat* szerint különbözteti meg a netgeneráció tagjait (Fromann 2014a). Ma már jól látható, hogy – a közösségi oldalak használata mellett – az online játékok is egyre népszerűbbek, és egyre szélesebb körben terjed a használatuk, így a játékipar az elmúlt években az egyik legnagyobb ágazattá nőtte ki magát. Tapasztalataink azt mutatják, hogy az újabb generációk tagjai számára már alapvető tevékenység az online játékokban való „létezés”. Mindezek alapján a netgenerációt két alcsoportra bonthatjuk.

- *„NetNoGame”-generáció*. A „NetNoGame” kategóriájába soroltam be a netgeneráció azon tagjait, akik nem élnek a sokszereplős online játékos közösségek mindennapos világában. Ők nagy valószínűséggel a legidősebb netgenerációs személyek, akik számára bár az infokommunikációs tér otthonos, és akár sokat is játszanak, de még nem hangsúlyos az MMOG közösségekben való létük.
- *„NetCoGame”-generáció*. A „NetCoGame” kategóriájába pedig a netgeneráció azon tagjait sorolom, akik számára a sokszereplős online játékok a mindennapok szintjén jelen vannak. Ők leginkább a fiatalabb netgenerációs korosztályból kerülnek ki, és számukra meghatározó tényező az online játékok szabályrendszere, logikája és

működési elve. *Prensky* (2001) szerint a *digitális bennszülöttek* generációi anyanyelvi szinten beszélik a *számítógépek, videojátékok* és más digitális eszközök új nyelvét.

2.2. Virtuális világok, online játékos közösségi terek

Ahhoz, hogy jobban megértsük a *digitális játékokon* felnövekvő *generáció* világát, és egyben a *gamification* működését is, alaposan meg kell vizsgálnunk, hogy milyen az *online közösségi játékok* világa, és hogy milyen szabályok és normák mentén rendeződnek a játékos közösségek.

Az online közösségi játékok („*Massively Multiplayer Online Game" – MMOG*) szerepe az új netgeneráció felnövekedésével és a játékipar dinamikus erősödésével napról napra nagyobb szerepet tölt be. Az MMOG-k olyan, interneten játszható közösségi játékok, ahol nagy mennyiségű játékos egy időben játszik egy folyamatosan fejlődő, perzisztens, virtuális világban („*persistent world*"). Ezek a játékok sok szempontból hasonlítanak a valós, fizikai világhoz, különösen abban, hogy ezek akkor is működnek és fejlődnek, ha a játékosok éppen nincsenek jelen. Az online közösségi játékok már azzal társadalomformáló tényezőt jelentenek, hogy sok százmilliós tömeget vonzanak be a világ minden pontjáról, s ennek száma – az internetpenetráció és az infokommunikációs technológia fejlődésével – napról napra növekszik

A sokszereplős online játékok és a virtuális világok szerkezetét és működését vizsgálva már nem is játékról, hanem egyre inkább „minitársadalmakról", egyfajta alternatív szubtársadalomról („*MMOnline Society"*) kellene beszélnünk (Fromann 2012). Kialakulni látszik egy olyan párhuzamos társadalom, amelyben az offline/valós társadalmi tényezők online közösségi térbe történő bevonulásával valós tényezővé válhatnak az online gazdaság, kereskedelem, közigazgatás, kultúra, oktatás, foglalkoztatás, kapcsolati és társadalmi hálózatok területei.

Ebben a (2.2) fejezetben részletes bemutatásra kerül a virtuális világok és online közösségek felépítése és működése, ezen belül is kiemelt figyelmet szentelünk a *sokszereplős online szerepjátékoknak* („MMORPG"-knek), kialakulásuknak, történetüknek, szabályaiknak és a játékosoknak.

2.2.1. A virtuális világok valósága

A társadalomkutatók egyre nagyobb érdeklődéssel fordulnak a virtuális valóság társadalomra gyakorolt hatásai felé, és kezdik felismerni, hogy az internet, az infokommunikációs eszközök, az online játékok és a virtuális világok egyre nagyobb hatással vannak a társadalom különböző intézményeire, folyamataira és szerkezetére. Ennek

megfelelően első lépésként magát a „*virtuális világot*” kell meghatároznunk. A virtuális világ *Jonathan Bishop* (2009) szerint egy olyan, számítógép alapú, szimulált környezet, amelyben különböző online közösségek tagjai kapcsolatba léphetnek és kommunikálhatnak egymással az avatárjukon keresztül, valamint használhatnak és készíthetnek virtuális tárgyakat is. A virtuális világot nagyon hasonlóan látja *Nelson* és *Erlandson* is, mely szerintük egy olyan számítógép alapú mesterséges tér, amelyben a számítógép által megjelenített karakterünk szemszögéből láthatjuk és alakíthatjuk a környezetünket (Nelson & Erlandson 2012). Ezekben a világokban több millió regisztrált felhasználó játszik, egy időben akár több százezer játékos is kapcsolatba léphet egymással. A virtuális világok egyik legnépszerűbb típusát képviselik a már említett sokszereplős online szerepjátékok (MMORPG). A virtuális világok alapvetően a *játékok grafikus, mesterségesen megalkotott, háromdimenziós* (*3D) környezetét* és a „MUD”-okban kifejlesztett beszélgetésközpontú *társas-interakciós rendszereket* egyesítik, és hoznak létre egy teljesen új platformot. A virtuális világokban a fejlesztők kétféle módon építhetik fel a játékok világát. Vagy egy már korábbról – filmekből, mesékből, stb. – jól ismert világot adaptálnak MMORPG környezetbe, vagy pedig saját elképzeléseik alapján formálnak meg egy teljesen új világot.

A játékosok virtuális megszemélyesítője, játékbeli, digitális énje a 2D-s vagy 3D-s alakban megjelenő „*avatár*”, amelyet irányítva tudnak mozogni, tevékenykedni és kommunikálni. Tekintve, hogy ugyanabban a virtuális térben más emberek is irányíthatják a saját karaktereiket, gyakorlatilag bárki bárkivel interakcióba léphet. A virtuális világ egyik nagy értéke, hogy sok olyan dolgot meg lehet benne tenni, amit a valóságban nem lehet, vagy lehet, csak nincs hozzá bátorságunk. Az avatárunkkal kockázat nélkül, bátran kipróbálhatunk különböző szituációkat, szerepeket, vagy akár varázsolhatunk, repülhetünk, sőt, akár teleportálhatunk is. A virtuális világban is létrejönnek és működnek különféle közösségek, és – a valós folyamatoknak megfelelően – van saját gazdaságuk, kereskedelmük, törvényük és szabályrendszerük.

2.2.1.1. Virtuális világok ismérvei

Az Indiana Egyetem híres professzora, *Edward Castronova* volt az egyik első olyan közgazdász, aki elkezdett komolyan foglalkozni a virtuális világok, különösen az MMORPG-k gazdaságával, és az online játékok üzleti és kulturális hatásaival. *Castronova* 2001-ben írt „*Virtual Worlds*” című könyvében (Castronova 2001) rendhagyó módon arra tett kísérletet, hogy a modern közgazdaságtan és szociológia fogalmaival írja le az MMORPG játékhoz

tartozó *Everquest* játék világát. Könyvében megfogalmazza, hogy a virtuális világoknak három lényeges tulajdonsága van.

1. *Interaktivitás*. A virtuális világ számítógépen létezik, amelyet egyidejűleg sok ember érhet el, és kapcsolódhat be távolról, internetkapcsolaton keresztül, ahol az egyik ember által adott utasítások hatással vannak más emberek eredményeire.
2. *Fizikai realitás.* A felhasználók egy virtuális felületen keresztül elérhető programba lépnek be, amely a saját szemszögükből látható, belső nézetes fizikai környezetet jelenít meg számukra a számítógép képernyőjén. A szimulált környezet általában a valóságos természeti törvények szerint működik, az erőforrások elérése pedig korlátozott.
3. *Folyamatosság.* A program állandóan fut, függetlenül attól, hogy azt éppen használják-e. A program megjegyzi az emberek és tárgyak helyét, valamint a tárgyak tulajdonosait is.

A 3D-s virtuális világok szociális terét kutató *Betsy Book* (2006) is azt állítja, hogy a virtuális környezetek változatossága és sokszínűsége mögött meghúzódnak olyan alapvető jellemzők, amelyek a virtuális világok mindegyikében megtalálhatók. *Book* hat lényeges tulajdonságot említ:

1. *Megosztott tér.* A virtuális világ lehetővé teszi, hogy egy időben sok felhasználó legyen jelen.
2. *Grafikus felhasználói felület*. A virtuális világ vizuálisan, képszerűen van ábrázolva.
3. *Jelenidejűség*. A felhasználók egymás közötti interakciói valós időben történnek.
4. *Interaktivitás*. A virtuális világ a felhasználók számára lehetővé teszi, hogy megváltoztassák, építsék a környezetüket, egyedi tartalmakat fejlesszenek.
5. *Folyamatosság*. A virtuális világ folyamatosan működik, akkor is ha a felhasználók nincsenek bejelentkezve.
6. *Közösség*. A virtuális világok támogatják a világon belüli különböző közösségek, társas csoportok építését.

2.2.1.2. Avatárok, karakterek

Önmagunk virtuális reprezentációját leginkább az „*avatár*” szóval írhatjuk le, mely a szanszkrit „alászállás” szóból származik, az istenek földi világba történő alászállására és a

halandó lényekben történő inkarnációjára utalva. *De Mesa, A.* (2009) szerint az avatár egy személy vagy gondolat megtestesülése, inkarnációja és megnyilvánulása.

Az internet világában az avatár a felhasználó vizuális ikonja, alakja, megjelenése, amely lehet egy egyszerű kép, de akár egy mozgatható 3D-s figura is. Az elnevezés kiválóan tükrözi azt a kettős helyzetet, hogy bár a felhasználó a virtuális világban saját énjét reprezentálja, mégsem fizikai értelemben, valós tulajdonságokkal, hanem egy mesterségesen létrehozott térben, egy virtuális, általa választott formában (*1. kép*). Az avatár egy a játékos által létrehozott és irányított, külső és belső tulajdonságokkal ellátott *karakter* képi-vizuális megjelenése. Az avatáron keresztül a játékos pontosan ugyanazt látja a képernyőn, amit a karakter a játékban. A játékos az avatár szemével lát és cselekszik. Az általunk irányított karakterrel nagyon sok tevékenységet végezhetünk a szemlélődésen kívül: sétálhatunk, bejárhatjuk a virtuális világ különböző színtereit, de futhatunk, ugorhatunk és repülhetünk; sőt akár még teleportálhatunk is vele. Az avatárunkkal tárgyakat vehetünk fel, dobhatunk el, és másoknak oda is adhatjuk azokat. Virtuális énünket továbbá szociális téren is aktiválhatjuk, hiszen beszélgethetünk másokkal, vagy harcolhatunk velük. A virtuális világok lehetővé teszik, hogy a játékosok olyan „alternatív”, online személyiséget hozzanak létre, melynek segítségével olyan dolgokat is megtehetnek, amelyeket nem mernének a való életben.

1. kép

Választható avatárok a Second Life világában

Forrás: https://join.secondlife.com/?category=people

2.2.1.3. Virtuális környezet

A valós tér illúziójának és pontos digitális másolatának a megteremtése érdekében a virtuális környezetet úgy programozzák, hogy az a fizikai törvényeknek megfelelően működjön, és valósnak tűnjön benne a tér és a mozgások érzékelése. A virtuális környezet minden lényeges tulajdonsága megfelel a valós térben tapasztaltaknak, és az avatárokon keresztül történő belső nézőpontok mozgatása is teljesen szabad. *Nelson, B.C. - Erlandson, B.E.* (2012) szerint a virtuális környezet főbb alkotóelemei közé tartozik a 3D-s tér, a földfelszín, a légkör, a víz és a különböző objektumok, tárgyak, állatok, illetve az ezeket működtető algoritmusok és programok. Ezek a virtuális alkotóelemek szinte teljesen ugyanúgy néznek ki és hasonlóan működnek, mint a valós környezetben, valamint a virtuális karakterek által is formálhatók, módosíthatók. Ezekre a lényeges alapelemekre épülhetnek rá az olyan audiovizuális elemek, mint a valós környezetben készített fényképek, videók, animációk, hangok vagy akár a szövegek is. Ezekkel a külsőleg beépített objektumokkal szabadon formálhatjuk virtuális környezetünket, így lehetőségünk van akár a valós környezetünk virtuális másolatának elkészítésére is. A virtuális térben található objektumok

különböző kiterjedésű, formájú és anyagú tárgyak és élőlények, amelyek alapvető geometriai formák különböző kombinálása révén jönnek létre. A virtuális objektumok jellemzően a valós, fizikai környezethez hasonló módon, azt valósághűen leképezve néznek ki és működnek a virtuális térben, így lehetőségünk van pl. épületeket, házakat építeni, szobákat kialakítani és berendezni. Mindemellett nem csak arra van lehetőség, hogy lemásoljuk a valóságot, hanem arra is, hogy egészen új környezetet, a valóságban nem létező objektumokat, formációkat hozzunk létre a virtuális térben. A lehetséges virtuális alkotások és a tetszőlegesen létrehozható objektumok variációinak csak a képzeletünk és a kreativitásunk szabhat határt. Az objektumok lehetnek passzívak vagy aktívak. A passzív objektumok nem változtathatók, nem reagálnak a felhasználók által adott ingerekre, ellenben az aktív objektumok előzetesen megírt algoritmusok szerint reagálnak, interaktívan működnek. Például egy aktív állapotra programozott virtuális kutya barátságosan ugrándozhat, vagy ellenséges ugatásba kezdhet egy virtuális személy közeledésére, érintésére.

2.2.1.4. A „Second Life" virtuális metaverzuma

A *Second Life (SL)*[21] 3D-s virtuális világát a San Franciscó-i székhelyű játékfejlesztő cég, *Linden Research, Inc* (ismertebb nevén: *Linden Lab*[22]) fejlesztette ki 2003-ban, amelynek ma már több mint 45 millió regisztrált felhasználója van világszerte[23]. A *Second Life* ihletője az amerikai Neal Stephenson cyber-fiction (vagy cyber-punk) irodalmat gazdagító *Snow Crash* (1992) című regénye volt, amely azzal a céllal jött létre, hogy megalkossa a Stephenson regényében megálmodott „*metaverzumot*".

Ez a metaverzum egy olyan nyílt forráskóddal rendelkező virtuális tér, amelyet gyakorlatilag a felhasználók építenek fel, és hozzák létre az általuk megálmodott világot. Összefoglalóan elmondhatjuk, hogy a *Second Life* alternatív, „második" valóságként lemásolja a való élet terét, alapelemeit, társas és társadalmi mechanizmusait, de emellett létrehozhatók akár teljesen más, szürreális élményeket adó környezetek is. A *Second Life*-ot – a való élethez hasonlóan – nem tekinthetjük játéknak, mivel nincsenek benne elérendő végső és közbenső célok, pontok, szintek, trófeák, ezért nincsenek benne győztesek és vesztesek sem. Ennek a virtuális világnak nincs története, nincs eleje és vége sem. Ez egy olyan önfenntartó virtuális környezet, ahol saját szórakoztatásunkra végezhetünk különféle virtuális tevékenységeket.

[21] http://secondlife.com
[22] http://lindenlab.com
[23] https://danielvoyager.wordpress.com/sl-metrics/

A letölthető kliensprogram, a „*Second Life Viewer*” segítségével a felhasználók, avagy a metaverzum ún. lakói hasonlóan élhetik mindennapjaikat, mint a való világban. Az általuk létrehozott 3D-s avatárjaikon keresztül kapcsolatba léphetnek, kommunikálhatnak, és új ismeretségeket köthetnek egymással, így alakítva ki egy erős szociális hálózatot ebben a különleges metaverzumban (*2. kép*). A felhasználók játszhatnak, szórakozhatnak is a virtuális térben, és különböző közösségi programokon vehetnek részt. Azonban nemcsak a szociális igényeiket elégíthetik ki, hanem explorációs vágyaikat, kíváncsiságukat is, így pl. felfedezhetik a virtuális világban szereplő területeket, építményeket, egyéb létezőket is.

2. kép

Avatárok megjelenése a Second Life virtuális, 3D-s környezetében

Forrás: Centre National Du Jeu[24]

Ezen kívül különösen nagy értékkel bír a virtuális gazdaság és kereskedelem működése, a felhasználók ugyanis akár dolgozhatnak, kereskedhetnek, virtuális javakat adhatnak-vehetnek, és üzletet is köthetnek a *Second Life* metaverzumában. Különösen jó üzletnek számít többek között az ingatlan- és telekspekuláció, a marketing- és PR tevékenység, de komoly bevételhez juthatnak a divat, a design és a szexipar területén is. A *Second Life*-nak nemcsak saját működő gazdasága, hanem valutája is van, melyet *Linden dollárnak* (L$/LD) neveznek. A valuta átváltható amerikai dollárra, a mindenkori árfolyam értékét pedig a virtuális piac diktálja. A jelenlegi árfolyam: 1 USD = 270–300 LD. A lakók

[24] http://www.cnjeu.fr/sociologie-des-jeux-de-role-en-ligne/observatoire/sociologie-des-jeux-de-role-en-ligne

ebből a virtuális pénzből kereskedhetnek, vásárolhatnak és adhatnak el többek között különböző földterületeket, ingatlanokat és tárgyakat, vagy értékesíthetnek általuk készített virtuális eszközöket, objektumokat. Impozáns gazdasági adat, hogy a metaverzumlakók évi minimum 60 millió dollárt költenek el a virtuális világban, és a *Second Life* éves GDP-je folyamatosan 500 millió dollár felett van, vagyis lényegesen több GDP-t termel, mint például Tonga vagy más fejlődő, kis államok.[25] Ezek a tények rávilágítanak arra is, hogy a valódi világban elérkezett az idő az adó- és egyéb kapcsolódó jogszabályok újragondolására[26]. Ez már csak azért is időszerűnek látszik, mivel olyan valós negatív társadalmi jelenségek is megjelentek, mint a tiltott szerencsejáték, a bűnözés, a kiberforradalom vagy a kiberterrorizmus (pl. *SL Felszabadítási Hadsereg*[27]).

2.2.2. Az „MMORPG”-k világa és játékos közössége

2.2.2.1. Az MMORPG fogalma, főbb jellemzői

A valós idejű, 3D-s virtuális világok egyik legizgalmasabb és legnépszerűbb játékfajtája az ún. *MMORPG* (*Massively Multiplayer Online Role-Playing Game*), amely – a sokszereplős online játékokon belül is – egy olyan szerepjáték, amely kizárólag az interneten keresztül játszható. Magát az MMORPG kifejezést *Richard Garriott* találta ki, aki 1997. szeptember 25-én indította világhódító útjára az *Ultima Online*[28] nevű játékot, amellyel új korszakot nyitott a játéktörténelemben. Ezzel gyakorlatilag megszületett az MMORPG-k világa, amelyben a játékosok számára immár lehetővé vált, hogy – ebben a virtuális világban – egyidejűleg („*real time*”) több (tíz)ezer felhasználóval együtt játszanak, kommunikáljanak, szövetségeket kössenek, kereskedjenek, új világokat fedezzenek fel, vagy harcoljanak egymás ellen (*3. kép*). A játékosok maguk dönthetik el, hogy mit csináljanak, mikor merre menjenek, milyen küldetéseket teljesítsenek, így akár szabadon bebarangolhatják az egész virtuális világot (Yee, 2006). Az MMORPG-k világa jellemzően valamilyen *fantasy* témára épül, sok esetben poszt-apokaliptikus, mágiaalapú történetek keretei között. Az MMORPG-k világait működtető szoftverek folyamatosan, napi 24 órás üzemmódban futnak a szervereken, a játékosok pedig ehhez csatlakoznak a kliensszoftveren keresztül. Összességében elmondható, hogy az MMORPG-k legnagyobb újítása, hogy a játékok történetében először: nagy számú

[25] http://thenextweb.com/insider/2015/11/07/think-second-life-died-it-has-a-higher-gdp-than-some-countries/?utm_source=mandiner&utm_medium=link&utm_campaign=mandiner_digit_201605 (2016.01.31.)
[26] Erről értekeztek tavaly év végén a *State of Play/Terra Nova* New York-i konferencián is. http://www.nyls.edu/pages/5215.asp (letöltve: 2016.01.31.)
[27] SLLA – Second Life Liberation Army. http://slla.blogspot.com
[28] http://uo.com/

játékos játszhat egymással, azonos időben, a világ különböző pontjáról bekapcsolódva, óriási méretű háromdimenziós világokban.

A játékosok számára az egyik legfontosabb játékcél és teljesítménymutató érték saját karakterük fejlődése, amelyet az adott játék pont- és szintrendszerén keresztül tudnak követni. A *tapasztalati pontokat* (*Experience Points, XP*) a különböző feladatok teljesítésével és az ellenségek (más játékosok vagy szörnyek) megölésével szerezhetik meg. Ha összegyűlik a szükséges számú XP, a játékos karaktere szintet lép. A *szintek* lépésével a játékos karakterének tulajdonságai fejlődnek, a képességei bővülnek, így egyre ügyesebb és erősebb lesz az adott téren, egyre jobb fegyvere, páncélja, felszerelése lehet. A játék elején a szintlépések még viszonylag gyorsan mennek, könnyen megoldható feladatokat megoldani, de később már egyre nehezebbek lesznek, és egyre több XP-t kell gyűjteni a következő szintek eléréséhez.

A hagyományos asztali szerepjátékhoz (*role-playing game*) hasonlóan az MMORPG-k világában is egy karaktert kell kiválasztani, megalkotni és azt irányítva játszani. A játék elején be kell állítani a játékos karakterének fontosabb külső és belső tulajdonságait, képességeit, faját, kasztját és foglalkozását, amelyek lényegesen meghatározzák az egész játék menetét és játéktaktikai elemeit.

Az MMORPG-játékokban a játékos karakterek (*PC – player character*) mellett léteznek ún. *nem játékos karakterek* (*NPC – non-player character*), vagyis a számítógép által irányított karakterek is, amelyek lehetnek agresszívek, békés, humanoid lények vagy szörnyek, és előre megírt utasítások szerint különböző általános feladatokat látnak el, amiről a játékosok karakterei nem is tudnak. Ezek az NPC-k folyamatosan, a nap 24 órájában jelen vannak, és - ún. navigációs pontok segítségével változtatják helyzetüket a játékterület egy-egy meghatározott fix pontjai (pl. földrajzi vagy épített objektumok) mentén.

A játék egy meghatározó részét teszik ki a harcok. Ezeket a harcokat két kategóriára oszthatjuk fel. Ha a játékosok az adott területen élő szörnyek ellen küzdenek, akkor ún. *PvE* („*player versus environment*”) üzemmódról beszélhetünk, ha pedig a játékosok, illetve a csapatok egymás ellen harcolnak, akkor *PvP* („*player versus player*”) harcmódról. Azokat, akik az utóbbit részesítik előnyben, és nagyobb örömmel és gyakorisággal harcolnak más játékosok ellen, sok esetben címkézik „gyilkosok”-nak. Az biztos azonban, hogy ők egyértelműen a kompetitív játékostípus kategóriájába tartoznak.

Szó volt korábban arról, hogy a játékosok a virtuális világban egymással kapcsolatot létesítenek. A kapcsolat alapja a közöttük megvalósuló kommunikáció, mely több csatornán

keresztül történhet, például olyan kommunikációs szoftverek segítségével, mint a TeamSpeak vagy a Ventrillo.

Az MMORPG-világok egyik sajátossága, hogy állandóan változik benne a virtuális élet, folyamatosan zajlanak az események, még akkor is, amikor a játékos „offline” üzemmódban van, vagyis amikor éppen nem vesz részt benne.

3. kép

World of Warcraft

Forrás: illmodui.com

2.2.2.2. Előzmények, kezdetek

Szerepjátékok, RPG-k

Az MMORPG-k világának a gyökerei az 1970-es évekbe nyúlnak vissza, amikor az első modern *szerepjátékokat* („*Role Playing Game*”*: RPG)* megalkották. Ezek a szerepjátékok az olyan táblás háborús játékokból erednek, mint például a sakk, vagy az „*Axis and Allies*” (RPG Evolution 2008a). Az MMORPG-k alapjait jelentő modern asztali szerepjátékok *elődjének a Dave Arneson* és *Gary Gygax* 1974-ben megalkotott táblás szerepjátékot, a *„Dungeons and Dragons”-t* (*D&D*) számítjuk. A D&D olyan különleges játékélményt

biztosított, hogy rövid időn belül világszerte ismert és kedvelt játékká, szabadidős tevékenységgé vált.

A D&D és a későbbi, rá épülő asztali szerepjátékok alapelemei nagyon egyszerűek: kell hozzájuk egy saját *szabályrendszer*, mellé *dobókockák*, *papír*, *toll* vagy *ceruza (4. kép)*. A szerepjáték lényege, hogy egy adott történeten belül minden játékos kitalál vagy kiválaszt magának egy olyan *karaktert*, amellyel szabadon, kedve és képzelete szerint cselekedhet. A játék kereteit és mozgásterét az adott játékhoz létrehozott, komplex *szabályrendszer* adja, amelyben a kiszámíthatatlan, véletlen faktort a kockadobás biztosítja, jellemzően 4, 6, 8, 10, 12 vagy 20 oldalú dobókockák segítségével.

A szabályrendszerek megismerése és elsajátítása komoly figyelmet igényel, mivel ezek lehetnek akár könyv terjedelműek is. A komplexitás oka, hogy a szerepjátékok szabályrendszerei egy olyan kitalált, alternatív valóságot, világot írnak le, amelyet minél részletesebben és realisztikusabban kívánnak bemutatni és modellezni. Ezek a *metavilágok* főképp a fantasy és a tudományos-fantasztikus művek által ihletett világokra épülnek, amelynek keretein belül készítik el a játékosok az általuk megszemélyesíteni kívánt szereplőket. Az előtörténet alapján megrajzolják a karaktert, majd elkészítik az ún. *karakter lapot*, melyben a szereplők tulajdonságait, kompetenciáit, felszerelését és fejlettségi szintjét rögzítik és számszerűsítik. A szerepjátékoknak további klasszikus és lényeges eleme a *kalandmester* (*„KM”*), aki gyakorlatilag egyszerre mesélő, forgatókönyvíró, rendező és bíró, és aki a játékosokkal folyamatosan kapcsolatban van, és biztosítja a játék szabályszerű működését. Mindemellett ő is benne van magában a játék történéseiben, például amikor eljátssza a *fiktív karaktereket* (más néven: *„nem játékos karakterek”: NJK*), mellékszereplőket. A szerepjátékok játéktörténeti jelentőségét jól mutatja, hogy még ma is sok számítógépes és online szerepjáték használja a D&D klasszikus szabályrendszerét és elemeit.

4. kép

Az asztali szerepjáték kellékei

Forrás: Wikipédia[29]

A szerepjátékok legismertebb formája a fentiekben röviden bemutatott asztali szerepjáték, de ezen kívül számos szerepjátékfajta létezik még, mint pl. a *fórum alapú szerepjáték*[30] vagy az *élő szerepjáték*[31]. Az élő szerepjátékok sajátossága, hogy a játékosok az asztali játékokat valós, fizikai térbe helyezve beöltöznek, és a játék eseményeit az adott történet és játékvilág szerint berendezett környezetben játsszák el. Az élő szerepjátékosok a kiosztott szerepek karakterlapjai mentén játszanak, de a párbeszédek jó része mindig rögtönzésen alapul, az adott szituáció és a karakter megadott keretei között.

A MUD-ok világa

A számítógépek hétköznapi megjelenése és széles körű elterjedése óriási hatással volt a szerepjátékok világára is, mivel ettől kezdve digitalizálhatóvá váltak a fizikai játékok minden elemükkel együtt. A sok kötetes, komplex szabályrendszerek immár bekerülhettek a

[29] https://hu.wikipedia.org/wiki/Szerepj%C3%A1t%C3%A9k#/media/File:Dungeons_and_Dragons_game.jpg (letöltve: 2016.01.31.)

[30] "Angolul: „*Forum Based Role Playing Game*" (*FRPG*), azaz: interneten keresztül játszható, fórum-rendszeren alapuló szerepjáték.

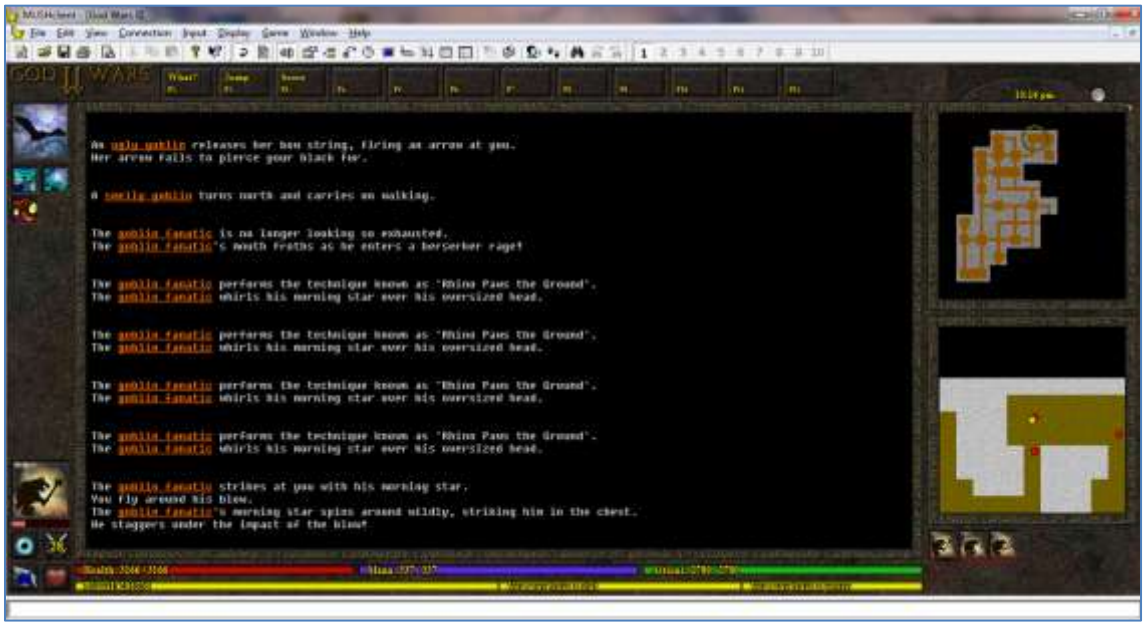
[31] Angolul: „*Live Action Role-Playing Game" (LARP)*

számítógépek virtuális terébe, az olyan játékos alapelemek, mint a kalandmesterek vagy a dobókockák pedig automatizálhatókká váltak, a játéknak megfelelő, gépi algoritmusok szerint. Mindennek egyenes következménye, hogy a sokszereplős online szerepjátékok evolúciójának következő lépcsőfokaként megjelentek az MMORPG-k előfutárának számító *MUD*-ok („*Multi User Dungeon*" – „*több felhasználós labirintus*"). A MUD-ok szövegalapú RPG-k, amelyek felhasználják a *szerepjátékok*, a klasszikus, kockával játszott *kalandjátékok* koncepcióját, a *hack & slash* típusú játékok és a *chat*szobák jellegzetességeit. A MUD-ok olyan *szövegalapú online szerepjátékok,* melyekben a játékosok leginkább egy kitalált „*fantasy*" világban irányíthatják karakterüket.

Az első MUD-ot *Roy Trubshaw* és *Richard Bartle* programozta 1978-ban, az angliai Essex egyetemen, majd 1980-tól Bartle egyedül folytatta a megkezdett munkát. Az első felhasználók az egyetem számítógépein futó programba először csak a lokális terminálokról tudtak bekapcsolódni, de később már modemen keresztül, a világ bármely pontjáról be tudtak jelentkezni, és együtt, csoportosan is játszani. A MUD-okban a játékosok zárt számítógépes hálózatokon keresztül játszották a fantázia világába helyezett, kitalált kalandokat, és egymásnak küldött szöveges üzeneteken keresztül fedezték fel a játékvilágot. Mivel itt mind a kommunikáció, mind a karakter irányítása szöveges alapon, parancsok beírásával működött, így a vizualitás és a grafika helyett a játékos képzeletén volt a fő hangsúly. A MUD világa olyan virtuális szobákból állt, ahol minden szoba másként volt berendezve, különböző fantázianevekkel elnevezve. Miután a játékosok elolvasták a szobák, tárgyak, események és más karakterek leírásait, parancsokat írhattak be, így tudtak kapcsolatba lépni a környezettel és más játékosokkal. A MUD felülete hasonlítható egy online chatszobához, ahol a metavilág történéseiről írásban értesülünk (5. kép).

5. kép

Tipikus MUD játékfelület



Forrás: Wikipédia[32]

A játékos karakterének kinézetét, külső tulajdonságait magának a játékosnak kellett meghatároznia, amelynek megalkotásában csak a saját kreativitása szabott határt. A karakterekeikkel jellemzően szörnyek ellen harcoltak, küldetéseket teljesítettek, amely révén fejlődtek és erősödtek a játékban, megadva ezzel a mai MMORPG-k játék céljainak és főbb tevékenységének alapjait. A MUD-ok játékvilága az asztali szerepjátékok hagyományait, különösen a Dungeons&Dragons játék szabályait követte, így elsősorban a fantasy és sci-fi világokból, történetekből ihletett környezetben játszódott, melyet különböző meselények és mitológiai alakok népesítettek be.

Bár az 1980-as évek közepén elkezdtek megjelenni a grafikus MUD-ok is, de fél évtizeddel később napvilágot láttak az első MMORPG-k, amelyek szép lassan magukhoz vonzották a MUD-felhasználókat. A szöveges alapú szerepjátékkal szemben az MMORPG-k újdonsága a látványosságában rejlett, vagyis hogy két- és háromdimenziós grafika által megjelenített virtuális világokat kínáltak a felhasználóknak, méghozzá teljesen valós időben, az interneten keresztül. Végül, a kétezres évek elejétől – az MMORPG-k ingyenessé válásával

[32] https://en.wikipedia.org/wiki/Role-playing_game#/media/File:God_Wars_II_screenshot_of_dungeon_with_MUSHclient_plugin.png (letöltve: 2016.01.31.)

– a MUD-ok teljesen elnéptelenedtek, és ezzel elkezdődött az MMORPG-k világának felvirágzása.

Az MMORPG-k első generációi (1973–1999)

A mai MMORPG-k *elindulását* az *1990-es évek elejétől* számíthatjuk, persze a számítógépes sokszereplős szerepjáték elődei már jóval korábban, az *1970-es évek végén* megjelentek.

Az első ilyen, hálózatban játszható játék az *1974*-ben megjelent, nagyon egyszerű grafikájú *Maze War*[33] („*Labirintusharc*") elnevezésű játék volt, amelyben a játékosok egy virtuális labirintusban vadászhattak egymásra. Külön érdekesség, hogy ezt a játékot számítják a *belső nézetű lövöldözős játékok* („*First-person shooter*" – *FPS*) ősének. Ezután a hetvenes évek második felétől már számos hasonló játékot fejlesztettek, mint pl. a D&D elemeket tartalmazó *Adventure*, vagy a sci-fi témában úttörő szerepet játszó *Zork* játékot is. Az első kereskedelmi céllal létrehozott többfelhasználós MMORPG az *1985*-ben megjelent *Island of Kesmai* („*Kesmai szigetek*") volt, amelyet *Kelton Flinn* és *John Taylor* fejlesztett. Ezt követte az *1988*-ban debütált *Habitat*, majd *1991*-ben az első PC-re készült grafikus, többfelhasználós szerepjáték, a *Neverwinter Nights*[34], amelyben a játékosoknak lehetőségük volt az egymás közötti kommunikációra, a tárgyak cseréjére, sőt már rendelkeztek egy nagyon egyszerű online avatárral is.

Az internet rohamos tempójú terjedésének köszönhetően a számítógépes játékok a helyi hálózatokról szép lassan felkerültek az *internetre* – ezzel párhuzamosan a számítógépek teljesítményének és grafikai minőségének javulása is egyre nagyobb mértéket öltött. Mindez jelentősen hozzájárult ahhoz, hogy a *90-es évek második felétől* elterjedhessenek a sokszereplős online szerepjátékok, és maga az MMORPG kifejezés is ekkor vált ismertté azáltal, hogy immár tömegesen is hozzáférhettek az emberek az online játékokhoz. Az első átütő siker az *1996*-ban megjelent *Meridian 59*[35], az első, ténylegesen internetes felhasználásra készült játék volt. Ez volt az a játék, amelybelső nézetű, 3D-s grafikán keresztül lehetővé tette a játékosok számára, hogy az általuk irányított karaktereik szemszögéből láthassák a virtuális környezetet (lásd: 6. kép).

[33] https://en.wikipedia.org/wiki/Maze_War (letöltve: 2016.01.31.)
[34] Ez nem azonos a hasonló címen, 2002-ben megjelent BioWare játékkal!
[35] http://www.meridian59.com/ (letöltve: 2016.01.31.)

6. kép

„Meridian 59” játék

Forrás: Retro-Daze[36]

Az MMORPG műfaj úttörőinek azonban mégsem ezek a játékok számítottak, hanem az *1997*-ben megjelent, 3D-s izometrikus grafikával rendelkező *Ultima Online*[37]. Eztette ismertté az MMORPG-k világát, és egyébként a mai napig elérhető a világhálón. A *Richard Garriott* által kifejlesztett játék pillanatok alatt megfertőzte az egész világot, és népszerűvé tette a műfajt. Bár az *Ultima Online* volt az első olyan komoly online szerepjáték, mely használatáért a játékosoknak *havidíjat* kellett fizetniük, cserébe viszont a fejlesztők hónapról-hónapra újabb és újabb elemekkel bővítették az *Ultima* világát.

Ezt követően, de még az ezredforduló előtt (1988) nagy sikert aratott a *Lineage*, majd az *1999*-ben kiadott *Everquest*, végül e két játék mellé zárkózott fel ugyanebben az évben az *Asheron’s Call* elnevezésű játék is. Ezt a három játékot szokták úgy emlegetni, hogy a hőskorszak „nagy triója”, mivel a ’90-es évek második felének MMORPG-piacát egyértelműen ezek a játékok uralták.

[36] http://www.retro-daze.org/site/article/id/68 (letöltve: 2016.01.31.)
[37] http://www.uo.com

A 2000-es évek az MMORPG-k világának újabb generációit hívta életre, amelyek minden szempontból új korszakot nyitottak a sokszereplős online játékok történetében, de ennek bemutatása és elemzése már nem tartozik a vizsgált kezdeti szakaszhoz.

2.3. „Virtuális reinkarnáció”: online és offline státuszok kapcsolata

2.3.1. Virtuális és valós kapcsolati kölcsönhatások az online játékosok körében

Az MMORPG-k egyik fő jellemzője és legjelentősebb értéke az a *szociális, társas tér*, amelyben a játékosok *interakcióba* kerülhetnek, *megismerkedhetnek* és valós időben bármikor *kommunikálhatnak* egymással, illetve közösen összefogva *csapatokba, klánokba* rendeződhetnek. A sokszereplős online szerepjátékok úgy vannak kialakítva, hogy a játékosok előbb vagy utóbb, de csapatokba kerüljenek, hiszen egy bizonyos szinttől a játékosok egyedül már nem képesek az előttük álló feladatokat megoldani, és a küldetéseket teljesíteni, különösen az egyre nehezedő harcokban szorulhatnak más játékostársak segítségére. A külső motiváció és a praktikus szempontok mellett természetesen a játékosok nagy részében eleve megvan az a szociális alapigény, hogy tartozzanak valakihez, csapatban játszanak és kommunikáljanak. Gyakori jelenség, hogy a virtuális térben létrejött kötelékekből olyan szoros kapcsolatok alakulnak ki a játékosok között, amelyek a való életre is kihatnak, így a kezdeti, online ismeretségekből igazi barátságok, párkapcsolatok születnek.

A *kapcsolatok, barátságok ápolása* tekintetében a játékosok egymás közti, virtuális kapcsolatait alapvetően *két kategóriába* sorolhatjuk. A játékosok egy része már a játék előtt is személyesen *ismerte egymást*, így ez esetben a valós kapcsolatuk mintegy kiegészül és folytatódik tovább a virtuális világban. Sokan élnek az online játékok adta lehetőséggel, hogy ezen keresztül tarthassák kapcsolatukat barátaikkal vagy családtagjaikkal, ami különösen azoknál nagy érték, akik messze laknak egymástól. *Nick Yee* kutatása szerint a játékosok mintegy *80%-a áll kapcsolatban* – az online játékokon keresztül – a *valós, „RL*” (jelentése a játékosok nyelvén: „*real life*”) ismerőseivel (Yee [2005]), ebből közel *20% rokoni* kapcsolatot jelent. A játékostárs családtag elsősorban *testvért* (46,5%), a másodsorban a játékosok *fiát* jelentik (18,7%). Nemi bontás szerint nézve a felmérést elmondható, hogy a családtagok közül a *férfi* játékosok elsősorban *fiútestvéreikkel* (53%), a *női* játékosok pedig leginkább *fiaikkal* (33%) játszanak együtt.

A kapcsolatok szerint kialakított másik csoporthoz tartozó játékosok a játék előtt nem ismerték egymást, így ez esetben megfordul a kapcsolatteremtés iránya, és az online térben kialakult kötelékek *valós, fizikai kapcsolattá* érik. *Nick Yee* (2005) kutatása alapján az ilyen módon kialakult kapcsolatok az összes játékos 20%-át érintik, akik közül majdnem 80%-nak van olyan barátja, akit online játékban ismert meg (Yee 2007).

Ez az arány nemi eloszlás és kommunikáció tekintetében közel azonos nagyságú. Azonban van egy nagy különbség a nők és a férfiak között; mégpedig az, hogy a nők jóval többet beszélnek a személyes dolgaikról, szívesebben osztják meg az érzéseiket, titkaikat és a problémáikat az online játékostársaikkal, mivel rájuk sokkal jellemzőbb a romantikus és a mélyebb baráti kapcsolatok kialakítása. A nők azonban nemcsak a mélyebb és személyesebb beszélgetést igénylik jobban, hanem a valós találkozást is. *Yee* kutatásai szerint a férfi játékosokra mindezek kevésbé jellemzők (Yee 2007).

Mindezek az adatok arra mutatnak rá, hogy az MMORPG-s játékosok nem valami magányos vagy antiszociális emberek gyülekezete, hanem éppen ellenkezőleg: ezen játékosok nagy részének igenis fontos a társas közeg, a barátság, a virtuális és valós térben egyaránt. Az MMORPG játékok szociális értékét mutatja az is, hogy a játékbeli kapcsolatok „gyakorlata" révén a játékosok sokkal könnyebben és nagyobb bátorsággal tudnak ismerkedni és barátkozni a való életben.

2.3.2. Az MMORPG virtuális közösségeinek szabályrendszerei

Az előző fejezetekben ismertetett háttérinformációk után elérkeztünk annak a megvizsgálásához, hogy a virtuális világok, az online játékok belső szabályrendszerei valóban olyan alternatív rendszerek-e, mint amilyennek kívülről tűnnek, vagy csak a valós térben felfedezhető normarendszerek újratermelődéséről van szó. A kérdés tehát az, hogy ezek a szabályrendszerek mennyiben térnek el a valós, „RL" társadalmi normáktól, szabályrendszerektől, és vajon melyek a közös pontok, vannak-e szankciók, és ha vannak, azok milyenek. A kérdés összességében az: hogyan is épülnek fel ezek az online „mikrotársadalmak".

Tekintettel arra, hogy jelenleg nincs egy egységes, az összes virtuális valóságra igaz, érvényes szabályrendszer, ezért a kérdéseket egyetlen kiválasztott játék alapján kívánom

megválaszolni. A példa pedig nem más, mint a világ egyik legnépszerűbb online játéka, a *World of Warcraft*.

A következőkben bemutatott részletes leírás a JátékosLét-kutatásom keretén belül készült 2011-ben, és azokon az interjúkon alapul, amelyet a kutatásban részt vevő MMORPG-játékosokkal készítettem (Fromann 2013). Az interjúk alanyai azok a magyarországi online játékosok voltak, akik előzőleg már részt vettek a 2011. évi online kérdőíves kvantitatív adatfelvételben is. A közel 13 000 kitöltő közül 485 játékost vontam be a második kört jelentő kvalitatív felmérésbe. Nekik e-mailen küldtem meg azt a 16 kérdésből álló kérdéssort, amelyek nagyjából lefedték az online kérdőíves felmérés lényeges kérdéseit.[38] A játékosokkal készített interjú elsődleges célja az volt, hogy feltérképezzem a közösségük szervezeti működését, belső hálózatát és csoportdinamikáját. Másik fontos szempont volt a játékosok viselkedésének és attitűdjének a megfigyelésében, hogy össze lehessen hasonlítani a virtuális közösségi csoportdinamikát, a kapcsolati hálókat és interakciókat összehasonlítsa a „való" életben tapasztalható folyamatokkal.

2.3.2.1. Státuszok és elvárások

A felmérés első vizsgálandó kérdése az volt, hogy a valós pozíciókhoz képest milyen felelősséggel és teherrel jár a virtuális státuszok betöltése, különösen a „vezetőség" szempontjából. A tapasztalt játékosok beszámolói alapján egyértelműen elmondhatjuk, hogy az online világban is kiemelten fontos tényező a vezetői képességek és kompetenciák megléte. Ezek nélkül egy közösség egyszerűen nem tud működni. Gondoljunk csak arra, hogy a valós térben is mennyivel nehezebb telefonon vagy e-mail útján irányítani egy szervezetet, mint személyesen kontrollálni. Egy olyan közeg esetén, amely eleve virtuális térben működik, és ahol a valós térben meglévő kötelezettségek prioritást élveznek a virtuálissal szemben, ez a nehézség hatványozottan igaz. A szándék határozottsága mellett meg kell lenniük a vezetői képességeknek is; gyakorlatilag ez minden közösségi kohézió alapja. A játékosok szerint egy csapat csak akkor lehet igazán eredményes és jól működő, ha a vezetőjük jó kommunikációs és vezetői képességgel rendelkező személy, aki egyrészt képes összefogni és irányítani a csapatát, másrészt hiteles, megbízható egyén, akit mindenki elismer, akire hallgatnak, és akit követnek. A játékosok beszámolói alapján a legtöbb közösség pontosan akkor hullik szét, ha nincs meg a szükséges vezetői kompetencia. A kompetencia két határeset között mozog.. A túlságosan „keménykedő", igazságtalan és következetlen döntéseket hozó vezető alól előbb-

[38] Pl. *„Mi vonz ebben a játékban, miért játszol vele, mi tetszik benne? Mit nyújt Neked, miben segít?"*

utóbb elfogy a csapat; a szervezetlen, szabályokat félig-meddig betartató, gyenge erejű vezetőnél pedig maga a közösség szakad szét több részre, irányzatra, és végül belső harcok sora vagy érdektelenség emészti fel a kohézió nélküli közösségi hálót.

Egy jó vezetőnek rendelkeznie kell azzal a helyzetelemző képességgel, amelynek alapján pontosan fel tudja mérni és biztosítani a közösség tagjai – valós és virtuális életük – közötti egészséges egyensúlyt és a prioritásokat. Továbbá az is rendkívül fontos tényező, hogy a vezető sokat legyen online, hogy a csapata érezze a jelenlétét és a döntéseit. Sok klán éppen azért hullik szét, mert a vezető nincs rendszeresen jelen a virtuális közösségében, tehát nagyon fontos a vezető részéről eltöltött online időmennyiség is. Éppen emiatt, illetve mindezek tudatában nagyon nagy mentális teher van a felelős vezetőn, amelyet ráadásul súlyosbító az a tényező is, hogy az online világban folyamatosan, napi 24 órában, „*real time*" zajlanak az események, ellentétben egy „offline" munkahellyel, ahol a munka, illetve maga a státuszok betöltése elvileg egy – kezdésre és zárásra épülő – fix időkeretben zajlik, váltásban a magánéleti szférával . Komoly stressztényezővel kell tehát annak számolnia, aki egy virtuális közösség felelős vezetője kíván lenni. E tekintetben tehát egészen biztosan nincs különbség az offline térben tapasztalható, vezetőket érintő mentális terhek között. Egy közösségben azonban nemcsak a vezetői pozícióhoz kapcsolódik komoly elvárás és teher, hanem gyakorlatilag az összes státuszhoz és szerephez, amelyet egy közösség pontosan azért tart fent, mert arra nagy szükség van a csapatmunkát igénylő tevékenységek során.

Fontos leszögezni, hogy bár az online közösségek többsége hierarchikus szervezeti modellre épül, ennek mértéke és ereje nagyban függ az adott játék fajtájától, a közösségek konkrét célkitűzéseitől, valamint a közösség tagjainak számától is – minél nagyobb számú a közösség, annál inkább szükség van a szabályrendszer szigorú és központi érvényesítésére. Átlagos esetben a hierarchikus viszony érzékeltetése és a kényszer elemeinek használata csak a minimálisan szükséges szinten történik. Természetesen, ha éles, konfliktusos helyzet van, akkor ezek az elemek szükségszerűen megerősödnek.

2.3.2.2. Szervezeti felépítés és működés

Ebben a fejezetben azt mutatom be, hogy milyen módon épül fel egy online játékos közösség szervezete, milyen szerepek, státuszok, funkciók vannak, milyen jogokkal és kötelezettségekkel. Ahogy a fentiekben említettem, rengeteg játékfajta létezik, eltérő stílusban és szervezeti működéssel, de a konkrét elemzés céljából mindezek közül az egyik

legismertebbnek és legelterjedtebbnek számító *World of Warcraft*ot[39] (a továbbiakban: *WoW*) választottam ki.

Toborzás, kiválasztás, belépés a klánba

Mielőtt a konkrét szervezeti felépítést bemutatnám, érdemes azzal tisztában lenni, hogy egyáltalán milyen módon történik a játékba történő bekapcsolódás, és hogyan lehet egy ilyen közösséghez csatlakozni.

A játékban történő *aktiválódás* első lépése a *karakter megalkotása*, amelyet a játékos irányítani fog a játék során. Első lépésként be kell állítani a *karakter nevét, nemét, faját, kasztját és külsejét*. Fontos, hogy a nem és a külső nem befolyásolja a karakter tulajdonságait, de a faj és a kaszt igen. A WoW „SZMSZ”-e szerint a fajok két, egymással harcban álló frakciókba tömörülnek (*Szövetség* és *Horda*). Fontos tudni azt is, hogy emellett a fajok tulajdonságai némileg eltérnek, és mindegyiknek vannak csak rájuk jellemző képességeik, illetve saját, egyedi nyelvük. Lényeges, hogy a kaszt szabja meg a karakter képességeit, az általa használt harci technikákat és varázslatokat. A játékban egyébként tíz kaszt választható, de az egyes fajok csak bizonyos kasztok közül választhatnak.

Egy játékos csak a karaktere (név, nem, faj stb.) megalkotását követően jelentkezhet egy közösségbe. Azonban ez önmagában még nem elég az „állás elnyeréséhez”, hiszen el is kell érni bizonyos megkövetelt dolgokat. A WoW-ban ezt – többek között – egy ún. „*gear score*[40]”-ral (*fegyverzeti összpontszámmal*) lehet igazolni, amelyet más játékosok is látnak. Ez mutatja meg ugyanis, hogy milyen felszerelése van már a karakternek. Az álláshirdetés sok esetben az ún. „*trade channel*”-en (a mindenki számára látható közös csevegő felületen) történik, de fórumokon is meghirdethetik, vagy akár a *guild* (csoport) saját weboldalán keresztül is. A hirdetések általában feladatspecifikusak, vagyis kifejezetten egy adott státusz, szerep betöltésére keresnek megfelelő játékost (pl. healert, DPS-t, tankot keresnek vagy egy bizonyos kasztot). Miután egy játékos sikeresen jelentkezik és felveszik a *guildbe* – a valós szervezetekhez hasonló módon itt is –, *próbaidőre* kerül, amely általában egy hónapig tart, de előfordul az is, hogy nem időhöz, hanem fix teljesítményhez (például bizonyos mennyiségű *„raid”*-en[41] való részvételhez) kötik. A próbaidős játékosokat nevezik *„recruit”*-oknak, akik

[39] https://en.wikipedia.org/wiki/World_of_Warcraft (letöltve: 2016.01.31.)
[40] A *Gear Score* a fegyverzet erősségének összpontszáma, amely megmutatja, hogy a játékosnak mennyire jó vagy rossz felszerelése van. A magasabb a pontszám a jobb minőségű felszerelést jelenti.
[41] A *raid* portyázást vagy rajtaütést jelent, amelynek fő célja az ún. boss (a játékban a fő gonosz) elpusztítása és a zsákmányok (ún. „loot”-ok) megszerzése: fegyverek, páncélok, pajzsok, varázserő (ezek erősítik a csapat erejét).

– a próbaidő lejártáig – korlátozott jogokkal és lehetőségekkel rendelkeznek (pl. nem kapnak *„cafeteriát”*, nincs joguk a piaci ár alatti vásárlásra az adott klán bankjától, de a *guild* által szerzett közös zsákmányból is csak részben vagy ritkábban részesülhetnek). Ezek a korlátozások azonban nem egységesek, hanem mindig az adott klán adott szabályaitól függenek. A *recruitokat* a próbaidő alatt alapvetően képességük és elszántságukat szempontjából figyelik, és végül ennek megfelelően döntenek sorsukról a próbaidő lejárta után, amely az esetek nagy részében – az offline-hoz hasonlóan – pozitív elbírálással zárul. Természetesen az sem ritka, hogy nem merik megmondani valakinek, hogy nem igazán megfelelő az adott feladatra, szerepre, ezért inkább mellőzik a *raidekről*, és hagyják, hogy egy idő után magától lemorzsolódjon az ügyetlennek tartott játékos. Egy klánba történő belépés tehát feltételekhez kötött, amely során a játékosnak legtöbbször bizonyítania kell alkalmasságát, hogy a klán tagjává válhasson. A belépési követelmények a klán nagyságával párhuzamosan szigorodnak, figyelve arra, hogy valóban csak a megfelelő játékosok kerülhessenek be a csapatba. Abban a pillanatban viszont, hogy a jelentkezők felvételt nyertek a klánba, komoly, „felzárkóztató” segítséget kapnak. A többi klántag igyekszik megosztani velük a tudását, tapasztalatait, és segíti az új tagot a küldetésekben és a harcokban is.

Miután feltérképeztük, milyen módon válhat valaki a virtuális közösség teljes jogú tagjává, rátérhetünk arra az izgalmas témára, hogy egyáltalán milyen is egy közösség belső felépítése, struktúrája, hierarchiája; hogyan működik, ki milyen feladatot lát el, és ki miért felelős. Ennek kifejtése során igyekszem bemutatni a valós szervezeti struktúrákkal meglévő párhuzamokat is, az offline-online szervezeti analógiák igazolásának tükrében.

Csoportstruktúra, belső státuszok

Amennyiben egy projektszervezeti párhuzamot vizsgálunk, itt is meg kell fogalmaznunk, hogy a szervezet ebben a kontextusban a számára fontos feladatok és célok megoldására, elérésére szerveződött egyének csoportja. A játék fajtájától és a csoport adott helyzetétől függően sokféle feladat, kihívás lehetséges, de általánosan elmondható, hogy a legtöbb közösség célja a „*boss*”-nak[42] nevezett legerősebb ellenség elpusztítása, de vannak

Vannak olyan küldetések, amelyeket egy játékos nem tud egyedül teljesíteni, ilyenkor van lehetőség csoportok (party) alkotására. A klánon belüli alkalmi csoportok megfelelnek a projektcsapatnak, amelynek szervezője és irányítója a raid leader, aki pedig a projektvezetőnek felel meg.

[42] A „boss” egy számítógép által irányított ellenség, amelynek a legyőzése kizárólag csapattal lehetséges; a bossok különböző erősségűek, erősségük szerint leggyakrabban 5 vagy 10 vagy 25 fős csapattal kell szembeszállni velük.

olyan közösségek, amelyek csak az egymás elleni harcot részesítik előnyben, ezért az ún. PvP-re[43] alakulnak. A WoW-ban (de sok más online szerepjátékban is) a csoportokat ún. „*guild*”-eknek vagy klánoknak nevezik, ahol az egész szervezet feje az ún. *„guild master”* vagy más néven: klánvezér. Ő – funkcióját és jogosultságait tekintve – gyakorlatilag megfelel egy vállalati elnöknek vagy egy cég ügyvezetőjének. Minden *guild masternek* (klánvezérnek) van egy helyettese, ő az ún. *„officer”*, aki mintegy alelnöki vagy ügyvezető-helyettesi minőségben dolgozik. A fentiekben bemutatott *felsővezetői* és a *beosztotti* szerepű játékosok között találhatjuk meg a középvezetői szintűeket, mint például az ún. *raid leader, class leader* és a *bankos*, bár elég gyakran előfordul az is, hogy az adott klán feje egy *raid leader* vagy egy *officer*.

A következőkben azt mutatom be, hogy melyik státuszhoz pontosan milyen felelősség, milyen feladat rendelhető. A *guild*/klán vezetését vizsgálva, öt státusz jöhet szóba, amelyből a *guild master* (klánvezér) és az *officerek* számítanak a felsővezetőnek, a *raid leader, class leader* és a *bankos* pedig a középvezetői szint státuszai. Nézzük meg tehát, hogy a játékban betöltött vezetői szerepkörökhöz (*guild leadership*) milyen feladatok tartoznak, és ezek hogyan feleltethetők meg a valós világ felsővezetőinek feladataival.

1) Klánvezér/guild master (GM)/guild leader. A virtuális szervezeti státuszt betöltő személy – a valós szervezetben az *igazgatói/elnöki* pozíció birtokosa – fő feladata a *klán vezetése* és *felügyelete*. A *guild master* (más néven: *guild leader* vagy klánvezér) fontos szerepet játszik a *közösség kialakítása* és *fenntartása* szempontjából, mert alapvetően az ő felelősségi körébe tartozik az új tagok felvétele, a tagok kinevezése, az írott és íratlan szabályok betartatása, a közösségbe nem illő tagok eltávolítása, valamint a klán felső vezetésén belüli konzultációk lebonyolítása. Azaz a klánvezér a közössége számára gyakorlatilag *menedzsmenttevékenységet végez.* A tevékenységek alapfeltétele a mikro- és makrokörnyezet állandó elemzése, valamint a csapattagokkal történő rendszeres *kommunikáció*, amely történhet a játékon belüli chatcsatornákon vagy külső programok segítségével (pl. *Ventrilo, TeamSpeak*). A vezető kitűzi a közösség/szervezet céljait, ezzel összhangban projekteket, *raideket* jelöl ki, szervezi a csapatokat, lelkesíti a tagokat a nagyobb aktivitásra, és amennyiben mutatkozik rá igény, vagy van rá lehetőség (nemzetközi *guildek* esetében ez nehezebben kivitelezhető), offline találkozókat is szervez.

[43]PVP: A World of Warcraft másik játékmódja a játékos a játékos elleni (Player vs Player; röviden PvP) harc, ami a nyílt, illetve a különféle zárt szervereken történik (forrás: http://hu.wikipedia.org/wiki/World_of_Warcraft) (letöltve: 2016.01.31.).

2) Officer(k). A virtuális szervezeti státuszt betöltő személy – a valós szervezetben az *alelnök/felügyelő* pozíció birtokosa – fő feladata a *klánvezér (GM) helyettesítése*, a *klán képviselete*, és a *klánvezér részére történő döntés-előkészítés*, de felelős a klán tagjait érintő *segítségnyújtásért*, az *új tagok* felvételéért, a közösen szerzett *javak elosztásáért*, továbbá hozzá tartozik a *csapat teljesítményének* a felmérése, valamint a *klán fórumának követése és felügyelete* is. A legtöbb esetben elmondhatjuk, hogy teljesen ugyanazt csinálja, mint a klánvezér, ha ő éppen nincs online térben. Alapesetben pedig a klánvezér döntéseiben játszik előkészítő és kiemelt szerepet.

3) Raid ledaer. A virtuális szervezeti státuszt betöltő személy – a valós szervezetben a *projektvezető* pozíció birtokosa – fő feladata az egyedi „projekteknek" megfelelő *raidek tervezése*, valamint *vezetése, megvalósítása*. A *raid* sikeres lebonyolításának kulcsfigurája a jó *raid leader*, aki *megköveteli* a játékosoktól a *pontosságot*, a megfelelő *felkészültséget* (a játékos felszerelésének megfelelő karbantartása, varázsitalok, varázsételek beszerzése a *raid* előtt), és ezt (akár az officereken keresztül) *ellenőrizheti* is. Az egyedi „alprojekteknél", azaz az egy *raid instance*-n belül a különböző főellenségek elleni csatákhoz neki kell legjobban tudnia a *taktikát*, és *kijelölnie* a *megfelelő csapattagokat* (*cast*juk és *role*-juk alapján) a különböző részfeladatokra. A különböző ellenségek elleni küzdelmek időtartama változó, de jellemzően 5–15 perc közé esik. Ez nagyfokú *koncentrációt* igényel a csapat minden tagja részéről, így a *raid leader* kiemelt feladata a *csatát levezényelni* és a *csapattagok mozgását* megfelelően *koordinálni*. A *raid leader*nek a csata során figyelmeztetni kell a csapatot az elkövetkező harci cselekményekre (pl. a gyógyító *healer*ek felé gyors és határozott figyelmeztetés, hogy a főellenség részéről öt másodpercen belül új varázslat, nagy „aoe sebzés"[44] következik). Ha valaki a csapatból nem a taktikának megfelelően mozog/varázsol, akkor a *raid leader* figyelmeztetheti a játékosokat még a csata során is. Vesztes csata (*„wipe"*) esetén a raid leader feladata a *wipe* okának kielemzése, a hibák közös átbeszélése, az alternatív megoldások felkínálása, valamint – a notórius hibázók esetén – szankciók érvényesítése (*„minus dkp"*[45]). Győztes csata esetén a zsákmány szétosztása a klán szabályainak megfelelően történik.

4) Class leader cast leader. A virtuális szervezeti státuszt betöltő személy – a valós szervezetek *csoportvezetői* pozíciója birtokosa – fő feladata az saját *kasztjába tartozó tagok*

[44] Területre ható (Area of Effect) sebzés.
[45] A *„dragon kill point"*, azaz a DKP-rendszer lényege, hogy a csatában résztvevő játékosok pontokat kapnak, amelyeket a zsákmány elosztásakor tudnak felhasználni, licitálva a varázstárgyakra.

megsegítése és felügyelete. Ugyanis ahhoz, hogy valaki a saját kasztját jól ismerje, nagyon sok gyakorlás kell, illetve a környezetének magas szintű ismerete is elengedhetetlen. Mivel a *class leader*ek jól ismerik a saját kasztjukat, könnyen felismerik a tehetségesebb játékosokat, akiket beajánlhatnak a *raid*ekre.

5) Bankos. A virtuális szervezeti státuszt betöltő személy – a valós szervezetekben a *pénzügyi vezető/gazdasági igazgató* pozíció birtokosa – fő feladata, hogy minden tagtól rendszeresen *begyűjtse a virtuális javakat*, hogy azok a „*guild bankba*" kerüljenek. Jelenleg ez a begyűjtés a WoW-ban automatikusan működik, azaz minden klánban játszó karaktertől – a játék során megölt ellenségektől begyűjtött pénz után – a klánbankba utal egy bizonyos összeget. A begyűjtés után következik a bankos másik fontos feladata: a *redisztribúció,* vagyis a begyűjtött javak – bizonyos szempontok szerinti – újraosztása. Fontos ez a státusz azért is, mert a csatákhoz szükséges varázstárgyak, varázsitalok- és ételek kezelése csak egy megbízható bankos révén működhet jól.

A klán vezetőinek bemutatása után a klán több aktív tagjáról is kell néhány szót ejtenünk, akiket a *beosztottak*nak vagy *dolgozók*nak felelnek meg. Itt említhető meg (1) a *healer* (gyógyító), akinek fő feladata, hogy gyógyítsa a sebesült *raider*eket, és ellenvarázslatokkal megakadályozza a további sebződésüket. A (2) *tank* (sebzéselnyelő) pozíciót betöltő személy azért felelős, hogy pajzsként képes legyen megvédeni a *raider*eket a fő ellenség (*boss*) ütéseitől, a (3) *DPS* (sebzésokozó)[46] státuszában játszó személy fő feladata pedig az ellenség támadása, sebzése, amely lehet közelharcban történő, fizikai távolsági és elemi távolsági sebzésokozás.

Szervezeti és működési szabályok

A szervezet vázlatos áttekintését követően eljutottunk annak megvizsgálásához, hogy milyen külső és belső, írott és íratlan szabályok keretei között élnek a virtuális közösségek – a bemutatásnál továbbra is maradok a WoW példájánál.

A legalapvetőbb szabályrendszert, a játékszabályok elemi kereteit természetesen maguk a játékfejlesztő cégek alkotják meg, ezeket tekinthetjük *írott* szabályoknak, amelyek elérhetők a játékfejlesztő vagy az adott játék hivatalos oldalán.[47] A regisztráló játékosoknak a szoftver

[46] A DPS a „Damage per Second" rövidítése, a funkció neve korábban DD (azaz damage dealer) volt.
[47] A WoW játékszabályzata itt olvasható: http://eu.blizzard.com/en-gb/company/legal/wow_tou.html (letöltve: 2016.01.31.).

használatának megkezdése előtt el kell fogadniuk a játék jogi és végfelhasználói szerződéses feltételeit, valamint a szoftver használati- és játékszabályzatát tartalmazó dokumentumot is. Ezek általában „*Terms of use*”, „*Terms of service*” vagy „*Code of conduct*” elnevezésűek. Mindemellett a végfelhasználónak el kell fogadniuk a használat jogi feltételeit megszabó ÁSZF-et is. A destruktívnak vagy demoralizálónak számító magatartások (pl. csaló programok, *hackek* használata, vagy az ún. „*griefing*”[48]) tiltására vonatkozó előírások általában a játékszabályokat leíró dokumentumban kerülnek szabályozásra. A *WoW* esetében a „*Terms of Use*” 7. pontja („*Code of Conduct*”) tartalmazza a magatartási szabályokat. Fontos, hogy a szabályzat minden esetben csak magára a játékra és a felhasználó játékbeli magatartására vonatkozik, a játékon kívüli jogszerűtlen tevékenységeket (pl. a program forráskódjának visszafejtését vagy a program engedély nélküli másolását és terjesztését) a szoftver végfelhasználójával kötött szerződés szabályozza.

Mindezen túl – ahogyan a való életben – itt is léteznek *íratlan* szabályok, amelyek az alapvető emberi normák betartására vonatkoznak. Ebben gyakorlatilag ugyanazok a morális, etikai elvárások „termelődnek újra”, mint amelyeket a hétköznapjainkban tapasztalhatunk, minden közösségben. Végül meg kell említeni azt is, hogy minden klánnak van saját, egyedi szabályzata (klánszabályzat), amely betartása felett a *guild master* őrködik. Ahogy a fentiekben említettem, ennek a tartalma klánonként változó és az is, hogy ki mennyire ragaszkodik a „belső törvények” precíz betartatásához.

Arra a kérdésre, hogy a virtuális világok, az online közösségek alkalmaznak-e *szankciókat* a játékosokra vonatkozóan, egyértelműen igent mondhatunk; és itt is megállapíthatjuk, hogy jelen van az íratlan szabályok *morális* követelményrendszere. Az MMORPG játékosközösségek *belső normarendszerét*, a virtuális normákkal szembeni cselekedeteket, valamint a kapcsolódó *szankciókat* vizsgálta és foglalta rendszerbe a *Verhagen, Johansson* (2009) szerzőpáros, kifejezetten szociológiai megközelítésből.

Szankcióval sújtható/sújtandó, ha például valaki *káromkodik*, ha *tiltott szavakat* használ (pl. rasszista kijelentéseket tesz, drogokról beszél), vagy ha rendszeresen *feszültséget* okoz, *vitákat* generál a csapatban, vagyis *bomlasztja* a közösségi szellemet (*demoralizálás*). Az is büntetendő, ha valaki hosszabb idejű inaktivitásával vagy gyenge teljesítményével hátráltatja a csapatát (*„noobol”*) a játékban. Továbbá szankcionálandó, ha valamelyik játékos a saját *guild* bankjából ellop valamit (ez a *guild* normáinak a megsértését jelenti), illetve ha valaki

[48] Más játékosok zaklatása vagy idegesítése.

ún. *„ninjázást”*[49] követ el, vagy *„gold selling*[50]*”*-en érik. A legsúlyosabb tételek, amikor valaki feltöri, ellopja és/vagy árulja egy másik játékos profilját, „*account*”-ját, és ha valaki jogosulatlan előnyökhöz juttató illegális programokat (*hack* vagy *bot*) használ. Ez utóbbi cselekedetek már nem csak immorális, hanem illegális tevékenységek is, így ezen esetek sokszor valódi büntetőjogi kategóriába sorolhatók.

A szankcionálandó tevékenységek felsorolása vegyük sorra röviden, hogy milyen eszközök állnak rendelkezésre a szabályokat áthágó játékosok megbüntetésére. Alapvetően két oldalról indítható a szankcionálás, a (1) *guilden belül* és súlyosabb esetben a (2) *játékfejlesztők* oldaláról. A büntetési típusokat a *12. ábra* foglalja össze. A fejlesztők addig nem avatkoznak bele a klánok belső ügyeibe, ameddig az nem ütközik a felsőbb szintű játék- és jogszabályok előírásaiba.

12. ábra

Büntetési típusok a WoW-ban

1) *Guild*en belül
   - szólás jogának megvonás*a* (*guild chanell*ben)
   - *loot*hoz (zsákmányhoz) jutás megvonása
   - lefokozás, jogok és jogosultságok megszüntetése
   - kiközösítés/kidobás a közösségből/*guild*ből (ennek híre más *guild*ekhez is eljut, a személyt ott sem nézik jó szemmel)

2) *Játékfejlesztők* (automatizmus és/vagy game masterek/moderátorok) részéről
   - *bannolás* (kitiltás), ami lehet (1) ideiglenes, súlyosabb esetben pedig (2) végleges.

A fentiek alapján azt mondhatjuk, hogy bár az offline társadalmi és szervezeti kultúrával szemben megjelent egy alternatív szubkultúrát jelentő virtuális „mikrotársadalom”, mégis – ha ezeket a közösségeket nagyító alá vesszük – az látszik kirajzolódni, hogy hasonló jellegű csoportmechanizmusok és szabályrendszerek termelődnek újra, mint amelyekben jelenleg is élünk, csak egy olyan másik valóságban, amelyet az ember az információs társadalom korszerű eszközeivel és kapcsolódó igényeivel hozott létre. Figyelnünk kell ezekre a folyamatokra, különösen, mivel idővel egyre fontosabbá és időszerűvé válik a valós és virtuális szabályozás találkozópontjainak létrehozása és szinkronba hozása.

[49] *Ninjázás*: amikor valaki a hatalommal visszaélve, de a szükséges jogosultság hiányában szerez zsákmányt.
[50] *Gold selling*: a játékon belüli – ingame – arany valós valutáért való árulása.

2.3.3. Online/offline státuszkonzisztencia vizsgálat

Az MMORPG-k bemutatásakor említettem, hogy a virtuális világok, és ezen belül a sokszereplős online szerepjátékok kiváló alkalmat teremtenek arra, hogy a játékosok különböző szerepeket és szituációkat próbáljanak ki, és akár *más emberekké* váljanak az online térben. *Nicholas Yee* megvizsgálta, hogy a felhasználók mennyire viselkednek *hasonlóan* a játékban, mint a valóságban. Yee önkitöltős online kérdőíves felmérése szerint a *nők* 42%-a viselkedik *nagyon hasonlóan a játékban*, mint a valóságban, a férfiaknál ez az arány csak 28% (Yee 2004). Ebből a gondolatkörből kiindulva – a JátékosLét-kutatássorozat keretein belül – én is megvizsgáltam azt a kérdést, hogy milyen összefüggés lehet a valós (offline) státusz és a virtuális (online) státusz között. A játékosok körében végzett interjúim során mindenféle példával találkoztam; így volt, aki arról számolt be, hogy a virtuális térben végre igazi önmaga lehet, és kipróbálhat olyan szerepeket és helyzeteket, amelyeket a való életben nem tud vagy nem mer megtenni. A beszámolók nagy része arra engedett következtetni, hogy a játékosok státusza, pozíciója az online térben „újratermelődik", tehát aki vezető az életben, az nagy valószínűséggel a virtuális térben is az lesz. Ebben a fejezetben ezt a feltevést szeretném megvizsgálni, ellenőrizni, melyben a hipotézis az, hogy az offline és online vezetői pozíciók között pozitív korreláció van, vagyis a társadalmi szerepek és státuszok megismétlődnek egy online közösség hierarchikus struktúrájában, így az online és offline tér szerinti státuszkonzisztenciáról beszélhetünk.

„Offline közösségi státusz"

Az *„Offline közösségi státusz"* azt mutatja meg, hogy a *valós (offline) életben* milyen *társadalmi státusza* van a játékosnak. A legfontosabb szempont az egyén munkahelyi státusza, amely egyrészt a *szervezeten belüli* hierarchikus rendben elfoglalt pozíciót, másrészt pedig a *foglalkozás presztízsét* mutatja be, és azt vizsgálja, hogy mennyire megbecsült munkát végez. Természetesen, ha több munkahelye van, akkor az összesre vonatkozóan vizsgálni kell a státuszt, sőt, külön érdekesség lehet a munkahelyek közötti státuszkonzisztencia. Nagyon fontos továbbá az is, hogy *nemcsak a munkahelyi* dimenzióban kell mérnünk, hanem az egyén (amennyiben van) *más szervezetekben elfoglalt pozícióját, presztízsét* is bele kell számítani. Könnyen előfordulhat ugyanis, hogy akár saját szemszögéből nézve, vagy akár a külvilág számára, a szabadidős tevékenysége során lényegesen nagyobb presztízsű feladatot lát el, mint a munkahelyi munkakörén belül.

„Online közösségi státusz”

Az *„Online közösségi státusz”* abba enged betekintést, hogy a *játékos* (online/virtuális énjén keresztül) egy adott játékban *milyen csoportstátuszban* van a játékos közösségen belül, különösen hierarchikus vonatkozásban. Abban az esetben, ha a játékos egy időszakban *több játékban* vesz részt, és így egyszerre *több játékosközösségnek* is a tagja, akkor a különböző játékokban betöltött státuszok kapcsolatát is vizsgálni kell. Ezt nevezhetjük *online státuszkonzisztenciának*, amely megfelel a valós, offline státuszkonzisztenciának, online dimenzióban.

A felmérésem kizárólag a kutatás célcsoportjára, az *MMORPG játékosokra* koncentrál, tekintettel arra, hogy az online térben elsősorban a sokszereplős szerepjátékok során mérhetők és modellezhetők a valós térben működő társas- és csoportmechanizmusok, valamint a kapcsolódó státuszok működése. A felmérésben részt vevő játékosok 79%-a (1 586 fő) játszik aktívan MMORPG játékokkal (16. tábla).

16. tábla
Státuszkonzisztencia-vizsgálat mintája

		végszintkat_1	korcsop1	fogl_szint2	szervez_1
N	Érvényes	1 586	1 586	766	1 586
	Hiányzó	0	0	820	0

Ezek után nézzük meg, hogy mi alapján történik a státuszok mérése. A vizsgálati kérdés jellegéből adódóan a független változók a valós/offline térben meglévő státuszok, amelyeket nézhetünk többek között *iskolai végzettség* (*17. tábla*), *életkor* (*18. tábla*), *szervezés-vezetés* (*19. tábla*), vagy *foglalkozási* státusz (*20. tábla*) szerint.

17. tábla

Státuszkonzisztencia-vizsgálat – iskolai végzettség (végszintkat_1)

		Gyakoriság (Frequency)	Százalékos arány (Percent)	Érvényes százalékos arány (Valid Percent)	Kumulált százalékos arány (Cumulative Percent)
Érvényes	alapfokú	312	19,7	19,7	19,7
	középfokú	719	45,3	45,3	65,0
	felsőfokú OKJ	229	14,4	14,4	79,4
	Felsőfokú	326	20,6	20,6	100,0
	Összesen	1586	100,0	100,0	

18. tábla

Státuszkonzisztencia-vizsgálat – életkor (korcsop1)

		Gyakoriság (Frequency)	Százalékos arány (Percent)	Érvényes százalékos arány (Valid Percent)	Kumulált százalékos arány (Cumulative Percent)
Érvényes	10-16 éves	191	12,0	12,0	12,0
	17-21 éves	362	22,8	22,8	34,9
	22-30 éves	556	35,1	35,1	69,9
	31-40 éves	306	19,3	19,3	89,2
	41-50 éves	102	6,4	6,4	95,6
	51-60 éves	51	3,2	3,2	98,9
	60 év fölötti	18	1,1	1,1	100,0
	Összesen	1586	100,0	100,0	

19. tábla

Státuszkonzisztencia-vizsgálat – szervezés-vezetés (szervez_1)

		Gyakoriság (Frequency)	Százalékos arány (Percent)	Érvényes százalékos arány (Valid Percent)	Kumulált százalékos arány (Cumulative Percent)
Érvényes	nem vállal szervező szerepet	1123	70,8	70,8	70,8
	szervező, vezető	463	29,2	29,2	100,0
	Összesen	1586	100,0	100,0	

Hipotézisem szerint a munkaerőpiaci státusz a legalkalmasabb független változónak, hiszen az mutatja meg leginkább a felsoroltak közül a társadalomban betöltött pozíciót. Ennek megfelelően alapvetően a foglalkozási dimenzióból indulok ki. A kutatás során az alábbi foglalkozási kategóriákat vettem figyelembe (de egyúttal lehetőséget adtam az olyan inaktív kategóriák bejelölésére, mint a *tanuló, nyugdíjas, háztartásbeli* vagy *munkanélküli*).

1. segédmunkás, betanított munkás
2. mezőgazdasági fizikai munkás
3. szakmunkás
4. kisiparos, kiskereskedő, önálló egyéni vállalkozó
5. egyéni gazda, önálló gazdálkodó mezőgazdaságban
6. irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi szabadfoglalkozású
7. beosztott értelmiségi
8. alsó- és középvezető
9. felsővezető (legalább 20 beosztottal)

Tekintettel arra, hogy az online-offline státuszkonzisztenciát hierarchikus formában szeretném megvizsgálni, kivettem azokat a kategóriákat (*egyéni gazda, önálló gazdálkodó mezőgazdaságban, kisiparos, kiskereskedő, önálló egyéni vállalkozó*), amelyeket nehéz egzakt módon egy alá-fölérendelt modellben elhelyezni. Az első három fizikai munkát jelentő kategóriát (*segédmunkás, betanított munkás, mezőgazdasági fizikai munkás, szakmunkás*) összevontam, ez státusz szempontjából az alsó szintnek felel meg, és a kategóriát *(1) fizikai*

dolgozónak neveztem el. A középső szintet az *irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi, beosztott értelmiségi* kategóriákból vontam össze, amely a *(2) beosztott szellemi* nevet kapta. Végül a felső szinthez az *alsó- és középvezető*, valamint *felsővezető* kategóriákat jelölő játékosokat soroltam, *(3) vezető* néven.

20. tábla
Státuszkonzisztencia-vizsgálat – foglalkozási státusz (fogl_szint2)

		Gyakoriság (Frequency)	Százalékos arány (Percent)	Érvényes százalékos arány (Valid Percent)	Kumulált százalékos arány (Cumulative Percent)
Érvényes	fizikai dolgozó	255	16,1	33,3	33,3
	beosztott szellemi	393	24,8	51,3	84,6
	Vezető	118	7,4	15,4	100,0
	Összesen	766	48,3	100,0	
Hiányzó		820	51,7		
Összesen		1586	100,0		

Az első öt tábla tehát az alap gyakorisági eloszlásokat mutatja. Az első összesítő táblán látható, hogy a foglalkozási státusz változó, azaz a foglalkozás jellegét, státuszát mérő adat jelentős hiánnyal terhelt, ez az egyes kategóriák kiiktatásából adódó adatredukcióból ered. Ezt az elemzésnél később figyelembe kell vennünk. A fentiekben írt redukció miatt így a vizsgált elemszám a kezdeti 1 586-ról lecsökkent 766-ra.

A valós státuszok mellett az *online közösségi státuszokról* is nyilatkozniuk kellett az MMORPG játékosoknak, amelyek a 2. fejezetben részletesen kifejtett online státuszok szerint voltak kategorizálva (pontosabban a terjedelmi és tartalmi korlátok okán csak a vezetői státuszok kerültek bemutatásra). Ennek megfelelően az alábbi státuszokat jelölhették meg a játékosok.

1. közösségen belül VEZETŐ
    1.1. Klánvezér/Guild Master (GM)/Guild Leader
    1.2. Officerek
    1.3. Raid Ledaer
    1.4. Class Leader/Cast Leader
    1.5. Bankos
2. gyógyító/healer
3. tank/sebzésfelfogó
4. DPS/sebzésosztó
5. supporter/támogató

Tekintettel arra, hogy az online státuszkategóriák redukciója bináris volt, ennek megfelelően valaki vagy (1) *online vezető* egy közösségen belül, vagy (2) *nem tölt be vezető szerepet*. A felmérés adatai alapján elmondható, hogy az *MMORPG-játékosok 42%-a* rendelkezik valamilyen *online vezető státusszal* a virtuális közösségében (21. tábla).

21. tábla
Státuszkonzisztencia-vizsgálat – online vezető

		Gyakoriság (Frequency)	Százalékos arány (Percent)	Érvényes százalékos arány (Valid Percent)	Kumulált százalékos arány (Cumulative Percent)
Érvényes	nem tölt be vezető szerepet	874	55,1	58,0	58,0
	ONLINE Vezető	632	39,8	42,0	100,0
	Összesen	1506	95,0	100,0	
Hiányzó		80	5,0		
Összesen		1586	100,0		

Az offline-online státuszkonzisztenciát *lineáris regressziós modell* segítségével vizsgáltam meg, annak megfelelően, hogy a *független változók* az (1) *iskolai végzettség* kategóriája („végszintkat”), a (2) *munkaerőpiaci státusz foglalkoztatási* pozíció szerint

(„fogl_szint2”), az (3) *életkor* („korcsop”) és a (4) *szervezés-vezetés* („szervez_1”), a *függő változó* pedig az *Online Vezető* kategóriája (*22. tábla*).

A *regressziós modell szignifikáns* (22. tábla), mivel a modellt tesztelő F-próba szignifikanciája kisebb, mint 0,05 (Fsig=0,00).

22. tábla

Státuszkonzisztencia-vizsgálat – ANOVA

Modell		Négyzetek összege (Sum of Squares)	Szabadságfok (df)	Négyzetek átlaga (Mean Square)	F – érték (F)	Szignifikancia szint (Sig.)
1	Regresszió (Regression)	44,856	4	11,214	61,743	,000[a]
	Reziduum (Residual)	131,677	725	,182		
	Összesen	176,533	729			

a. Magyarázó változók (Predictors): (Constant), szervez_1, fogl_szint2, korcsop1, végszintkat_1

b. Függő változó (Dependent Variable): ONLINE VEZETŐ

Az elemzésben meghatározott *független változók* a függő változó heterogenitásának *25%-át magyarázzák* (Adjusted R^2=0,250). (23. tábla) Természetesen bizonyos releváns változók bevonásával a modell magyarázó ereje növelhető, de jelen elemzésben, a fókuszban a fenti négy változó volt.

23. tábla

Státuszkonzisztencia-vizsgálat – Model Summary

Modell	R érték (R)	R négyzet (R Square)	Magyarázóerő nagysága (Adjusted R^2)	A becslés standard hibája (Std. Error of the Estimate)
dimension0 1	,504[a]	,254	,250	,42617

a. *Magyarázó változók (Predictors)*: (Constant), szervez_1, fogl_szint2, korcsop1, végszintkat_1

A 24. táblában látható, hogy a független változók közül csak a „*szervezés*" és a „*foglalkozási szint, pozíció*" változó hatása *szignifikáns* (tSig < 0,05). A végzettségi szintet egyértelműen elhagyhatjuk a modellből, a hatása biztosan nem szignifikáns, és az életkor hatása is elhanyagolható. A beta abszolútértékei alapján jól látszik, hogy ugyanennek a két változónak a hatása érvényesül a legerősebben. Elsőként a szervezésé, utána pedig a munkaerő piaci pozícióé. A kapcsolat így *pozitív* irányú, tehát minél inkább szervező valaki és minél magasabb a munkaerőpiaci státusza, annál valószínűbb, hogy az online térben is vezető szerepet választ magának.

24. tábla

Státuszkonzisztencia-vizsgálat – Coefficients[a]

Modell		Nem sztenderdizált együtthatók (Unstandardized Coefficients)		Sztenderdizált együtthatók (Standardized Coefficients)	T-érték (t)	Szignifikancia szint (Sig.)
		B-érték (B)	Standard hiba (Std. Error)	Béta érték (Beta)		
1	(Constant)	,747	,092		8,102	,000
	végszintkat_1	-,012	,019	-,024	-,658	,511
	korcsop1	-,030	,017	-,056	-1,722	,085
	fogl_szint2	,070	,026	,095	2,650	,008
	szervez_1	,518	,035	,483	14,898	,000

a. Függő változó (Dependent Variable): ONLINE VEZETŐ

A fenti adatokból világosan látszik, hogy nemcsak összefüggés van a valós és a virtuális közösségekben betöltött pozíciókat illetően, hanem maga az alaphipotézis is megerősítést nyert, mely szerint az *online térben „újratermelődik”* az offline térben betöltött státusz, vagyis offline-online vonatkozásban *státuszkonzisztenciáról* beszélhetünk.

Összességében azt mondhatjuk, hogy bár a valós társadalmi és szervezeti kultúrával szemben megjelent egy alternatív szubkultúrát jelentő virtuális „mikrotársadalom”, mégis – ha ezeket a közösségeket nagyító alá vesszük – az látszik kirajzolódni, hogy gyakorlatilag ugyanazok a csoportmechanizmusok és szabályrendszerek termelődnek újra, amelyekben jelenleg is élünk, csak egy olyan másik valóságban, amelyet az ember az információs társadalom korszerű eszközeivel és kapcsolódó igényeivel termelt ki.

3. ÚJ MOTIVÁCIÓS RENDSZEREK

Annak érdekében, hogy fel lehessen rajzolni a gamification mögött működő módszertani rendszert, elengedhetetlenül szükséges a játékokban meghúzódó motivációk pontos ismerete. A 3. fejezet célja ezért a játékosítást megalapozó motivációs mechanizmusok működésének ismertetése, amelyet három fejezetben mutatok be.

Az első, 3.1. fejezetben az Easterlin-paradoxon lényegét ismertetem. Ez azért fontos, mivel ezen keresztül mutatom be, hogy egy bizonyos anyagi jóléti ponton túl alapvetően már csak a posztmateriális, kulturális értékek és a belső, intrinzik hajtóerők motiválják az embert. A boldogságkutatás elemeit bemutató első rész után a 3.2. fejezetben közvetlenül magára a motivációk világára koncentrálok, különösen a pozitív pszichológia, a flow és az intrinzik motivációs erők felől közelítve. A befejező, 3.3. fejezet pedig a játékok motivációs világába enged betekintést, amelyben Bartle és Yee játékostipológiáját, majd végül a saját kutatásom alapján kirajzolódott „F-modellt” mutatom be.

3.1. Az Easterlin-paradoxon üzenete

A sok évtizedes tudományos múltra visszatekintő *boldogságkutatás* korunkban egyre inkább kezd összekapcsolódni a *modern motivációs* rendszerek vizsgálatával, különösen a *belső, intrinzik motivációk* jelentőségét tekintve. Az ezen fejezetben kiemelt *Easterlin-paradoxon* látszólag talán nem is kapcsolódik a disszertáció fő témakörét taglaló játékosításhoz. Azonban, ha behatóbban tanulmányozzuk a témát, akkor könnyen láthatóvá válik, hogy az *Easterlin-paradoxon* rámutat arra, hogy egy bizonyos kritikus ponton túl a *posztmateriális* értékek válnak elsődleges *motivációs* tényezőkké, és nem az olyan extrinzik motívumok, mint pl. a pénzszerzés vagy a külső jutalmak elérése. A *játékok* és a *játékosítás* világa pedig éppen azokra az *intrinzik motívumokra* épül, amelyek a *boldogság kutatásának* fókuszában állnak. Ez is igazolja azt, hogy miért is lettek ilyen *népszerűek* a *játékok* a XXI. századra, és hogy miért a *gamificationt* tartják az egyik megváltó eszköznek korunk motivációs válságában. Mindezen kérdések részletes vizsgálatához érdemes visszatérni a téma alapjaihoz.

3.1.1. A „boldogság” tudományos meghatározása

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

Diener és munkatársai (1999: 276-302) szerint a *szubjektív jóllét* azt mutatja, hogy az emberek hogyan, milyen módon értékelik a saját életüket, mind kognitív, mind affektív síkon. 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).

3.1.2. Az Easterlin-paradoxon jelenségének rövid bemutatása

A fogyasztói társadalom azon alapvetése, mely szerint az áruk és szolgáltatások termelésének, valamint a nemzetek gazdaságának és a polgárok jólétének növekedése egyben boldogságuk, szubjektív jóllétük növekedésével is jár, 1974-ben tudományosan megdőlni látszott. *Richard Easterlin* 1974-ben publikált empirikus vizsgálata ugyanis arra a meglepő jelenségre hívta fel a figyelmet, hogy bár egy adott országban a gazdagabbak általában elégedettebbek az életükkel, boldogabbnak mondják magukat a szegényebbeknél, de *a gazdasági növekedés nem, vagy nem szükségszerűen korrelál az emberek boldogságérzetével*, sem individuális, sem nemzetközi szinten (Easterlin 1974: 89-125).

A kultúrák között történő összehasonlító vizsgálatok is megcáfolták azt az álláspontot, mely szerint a gazdagabb országokban élő emberek boldogabbak lennének. Easterlin ugyanakkor megemlíti, hogy éppen az eltérő kultúrák, társadalmi normák és értelmezések miatt az országok közötti összehasonlítások módszertanilag problémásak lehetnek, mivel a különböző kultúrák fogalomhasználata egymással nehezen összehasonlítható (Easterlin 1995: 35-47).

Pár évtizeddel később azonban megjelentek az első olyan tudományos kritikai publikációk, amelyek az *Easterlin-paradoxon* alapállítását igyekeztek megcáfolni. Ezek a kutatók[51] empirikus vizsgálatok adataival próbálták alátámasztani, hogy a gazdasági helyzet és a szubjektív jóllét között igenis van ok-okozati összefüggés, méghozzá szoros korrelációval, és hogy nincs olyan jövedelmi határ, amely felett gyengülne az oksági kapcsolat erőssége.

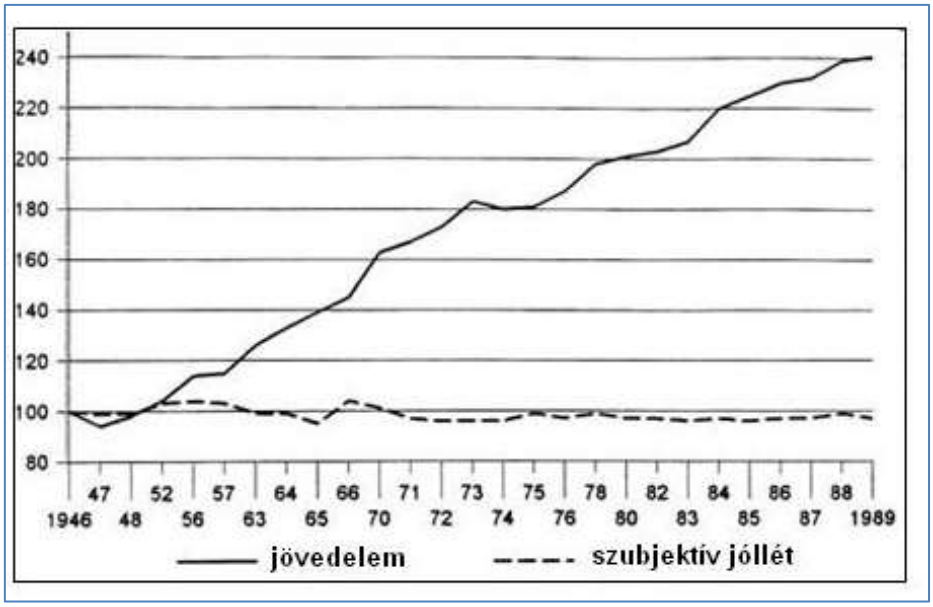
Easterlin későbbi vizsgálatai, reflexiói és kutatási elemzései azonban újra és újra megerősítették az eredeti állítását az anyagi jólét és boldogság kapcsolatára vonatkozóan.

A paradoxon alapvető mondanivalóját jól érzékelteti a *Dienerék* nemzetközi vizsgálatában kapott eredményeket bemutató következő grafikon (Diener et al. 1999: 276-302). Az idősoros adatok arról árulkodnak, hogy a vizsgált országok esetén az 1994 és 1989 közötti időszakban a folyamatos és jelentős gazdasági fejlődés egyáltalán nem társult a boldogságszint, a szubjektív jóllét növekedésével (*13. ábra*).

51 Az Easterlin-paradoxon legjelentősebb kritikusai Veenhoven, Hagerty (2003), Stevenson és Wolfers (2008).

13. ábra

Az anyagi helyzet és a szubjektív jóllét változása 1946 és 1989 között Franciaországban, Japánban és az USA-ban



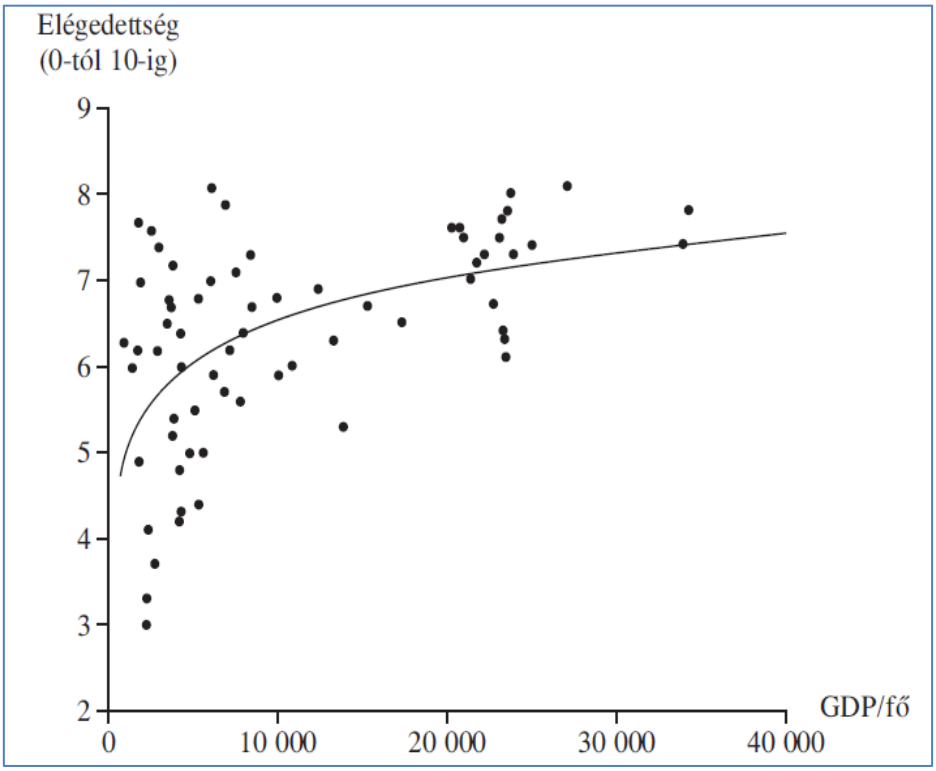
Forrás: Diener et al. (1999: 288)

Lane Egyesült Államokra vonatkozó eredményei azonban még ennél is megdöbbentőek, mivel ő egyenesen az általános elégedettségszint csökkenéséről tanúskodik a „*The loss of happiness in market democracies*" című könyvében (Lane 2000 – idézet: Szondy 2007: 300).

Keresztmetszeti felmérések esetében *Diener* és *Wolfers* (2004) elemzése pedig arra mutat rá, hogy évi 10 000 dolláros GDP/fő érték felett az elégedettség és a GDP közötti korreláció csupán 8 százalékos, ezzel szemben a teljes tartományt tekintve a korreláció 50 és 70% közötti *(14. ábra)*.

14. ábra

Elégedettség és GDP különböző országok (pontokkal jelölve) esetében



Forrás: Diener–Seligman (2004: 5)

Ugyanezt a jelenséget figyelték meg *Diener* és munkatársai is, csak individuális szinten tanulmányozták a kérdést, amelyben az éves jövedelem és a jóllét közötti viszonyt vizsgálva egyértelműen kirajzolódott, hogy itt is érvényesül egyfajta „plafon-hatás" (Diener et al., 1993: 195-223). A létfenntartáshoz szükséges anyagi javak eléréséig, vagyis alacsonyabb jövedelem esetén ugyanis még erős az összefüggés az anyagi helyzet és a boldogság, az élettel való elégedettség között, de egy bizonyos kritikus pont felett, amikor már inkább bőségről beszélhetünk, ez a kapcsolat jelentősen gyengülni kezd.

Sőt, *Heliwell* szerint 10 000 dollár felett a GDP boldogság, elégedettség növelő ereje zérus (Heliwell 2003: 331-360), *Zolatas* pedig még ennél is továbbmegy, és egy bizonyos pont felett egyenesen negatív gazdasági határhaszonról beszél (Zolatas 1981 – idézet: Takács 2005: 690).

Összességében, az elmúlt évtizedek – *Easterlin-paradoxont* megerősítő – kutatásai nyomán elmondhatjuk, hogy a paradoxon arra a meglepőnek tűnő jelenségre világít rá, mely

szerint a létfontosságú szükségletek kielégítése után az embert már nem teszi boldogabbá a további anyagi javak megszerzése.

3.1.3. Az elsődleges oksági kapcsolat keresése az Easterlin-paradoxon feloldásán keresztül

Az *Easterlin-paradoxon* megítélését illető egymással szembenálló vélemények, és a paradoxon feloldásának a kulcstényezője nagy valószínűséggel abban a kérdésben rejlik, hogy az anyagiak és a szubjektív jóllét közötti viszony változóit nem definiálták és használták megfelelően.

Az előzőekben láthattuk, hogy abban az esetben, ha nem, vagy csak részben jár együtt a gazdasági tényező a szubjektív jólléttel, akkor meg kell keresnünk azokat a változókat, dimenziókat, amelyek hatással lehetnek az egyének és az országok boldogságára. Ahhoz, hogy ezt megvizsgáljuk, első lépésként egy olyan mátrixot kell elővennünk, amelyben a vizsgált országokat a gazdasági és az élettel való elégedettség közti kereszttáblában tudjuk megtekinteni. Amennyiben az egymáshoz közel álló, hasonló pozícióban lévő országokat valamilyen logikai elv mentén történő klaszterekbe, csoportokba rendezzük, akkor értékes következtetésekre, mélyebb összefüggések felismerésére juthatunk. A fejezet elején rámutattunk arra, hogy egy ország *gazdasági* állapota (elsősorban az egy főre jutó GDP mutatója alapján) egy bizonyos kritikus pontig erősen korrelál az ország boldogságának, a szubjektív jóllétének és az élettel való elégedettségének a státuszával. Ugyanakkor azt is láthattuk – az *Easterlin-paradoxon* állításait megerősítő kutatási eredményeket vizsgálva –, hogy a „jóléti kritikus pont" felett a gazdasági tényező már nem befolyásoló tényező, vagy legalábbis nem olyan erősségben, mint a kritikus pont alatt.

3.1.4. Posztmateriális megközelítések

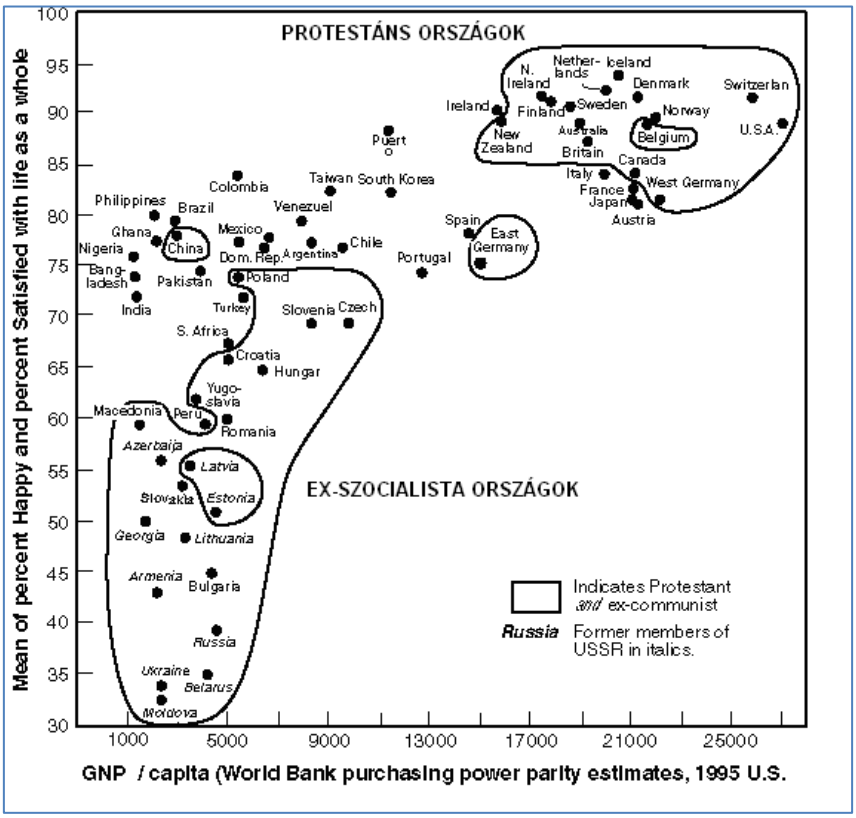
A boldogságkutatással foglalkozó vizsgálatok több esetben is azt mutatták ki, hogy valójában nem a gazdasági, hanem a *kulturális* dimenzióban kell keresni a boldogság meglétének vagy hiányának az okát.

Inglehart és Welzel értelmezése is erre a meglátásra épül, vagyis az országok *kulturális* dimenzió szerint elkülönített klaszterekbe foglalhatók, ha a gazdasági és a szubjektív jólléti vetületből indulunk ki (Inglehart & Welzel 2005: 48-76). Ahogy azt már

korábban is láthattuk, Európa dichotóm státusza alapvetően olyan több évszázados történelmi örökségre épül, amely a szocializmus Közép- és Kelet-Európában történő térnyerésével még erősebbé vált. Ma összességében azt mondhatjuk, hogy világosan elválaszthatók egymástól a volt szocialista országok és a történelmi, protestáns európai országok által alkotott tömbök (*15. ábra*).

15. ábra

Anyagi helyzet és történelmi örökség

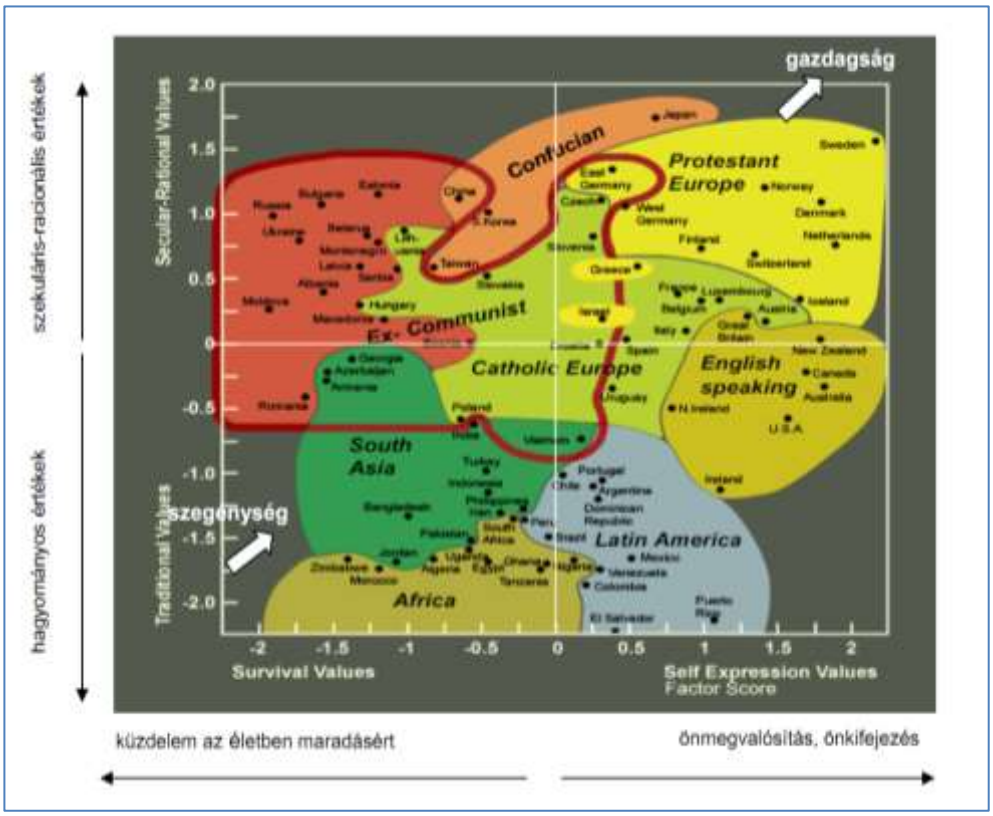


Forrás: Inglehart, Klingemann (2000: 174)

Inglehart az emberek gondolkodásmódjában és értékrendjében történő változásokat kutatva nemcsak a gazdasági fejlődést veszi figyelembe, hanem a kulturális és politikai változásokat is. Ezeket a változásokat alapvetően két szakaszra bontja. Úgy gondolja, hogy először a tekintélytiszteleten alapuló, hagyományos értékrend *modern* értékrenddé alakul, majd ezt követően a modern értékrend *posztmodern* értékrenddé válik. Ezen elméleti keret empirikus bizonyítására *Inglehart* a *World Value Survey* kutatás keretében a különböző országokat egy olyan koordinátarendszerben helyezte el, melynek egyik tengelyén a *materiális* és az *önkifejezést ösztönző* értékek, a másik tengelyén pedig a *tradicionális* és a *szekuláris* értékek szerint pozicionálta az országokat (Inglehart & Welzel 2005: 64). Elkészítette tehát a világ úgynevezett *értéktengelyeit* (*16. ábra*).

16. ábra

A világ országainak elhelyezkedése az értéktengelyek mentén



Forrás: Inglehart, Welzel (2005: 64)

A *materiális* értékek (a *vízszintes* tengely baloldali részén) és az *önkifejezés* (a *vízszintes* tengely jobboldali részén) képezik az egyik dimenziót . A skála bal oldalán a túléléssel, biztonsággal, és az anyagi javak fontosnak tartásával kapcsolatos értékek találhatók, és fokozatosan haladnak a jobb oldali mező felé, amelynek végén pedig olyan értékek helyezkednek el, mint a szabad választás fontossága, az élettel való elégedettség, a tolerancia és a szabadság.

A *tradicionális* értékrendben (a *függőleges* tengely alsó részén) az olyan hagyományos és közösségi értékek helyezkednek el, mint a család, a nemzeti kötelékek, vallásosság és a társadalmi rend értékeinek támogatása, illetve az abortusz, a válás és az eutanázia elutasítása. Az ellenkező oldalon, a *szekuláris* értékek csoportjában (a *függőleges* tengely felső részén) pedig inkább a szekuláris, racionális, individualista értékek állnak, ahol fontosabb érték az egyén és az egyéni teljesítmény, valamint tolerált az abortusz és a válás.

Abban az esetben, ha az értéktengely szerinti ábrába átlósan elhelyezünk egy újabb, harmadik tengelyt – amely a gazdasági fejlettséget mutatja –, egyértelművé válik a kultúra és a gazdaság közötti korreláció. A két tengely mentén elhelyezett országok egymástól logikusan

szétválasztható klasztereket képeznek. Ahogy előbb is említettük, az értéktengelyek mentén két nagy csoport rajzolódik ki: a *protestáns* Európa országai és a volt *szocialista* országok által alkotott tömbök.

3.1.5. A „Megbontott Boldogság" modellje

Véleményem szerint abban az esetben, ha a boldogságot, azaz a szubjektív jóllétet (*SWB*) megbontjuk és világosan elkülönítjük *eudémonikus* („*eudaimonic well-being": EWB)* és *hedonikus* („*hedonic well-being": HWB*) boldogságra, akkor közelebb kerülünk a paradoxon lényegéhez és feloldásához. Nézzük meg közelebbről e két fogalom eredeti, és az általam javasolt, valamelyest módosított jelentését.

Az *eudémonikus* boldogságot – eredeti megközelítés (*Waterman* 1993: 678–691; *Ryan* és *Deci* 2001: 141-166) által megfogalmazott értelemben – olyan tevékenységek végzése közben éljük meg, amelyekbe teljesen bevonódunk, miközben az önmegvalósítás pozitív élményét éljük meg. *Waterman* szerint erre az állapotra jellemző az *intenzív bevonódás*, a *teljesség* érzése, illetve annak az érzése, hogy *erre a tevékenységre vagyunk teremtve* (Waterman 1993 – idézet: Füzi 2009: 49-50). *Ryan* és *Deci* az eudémonikus boldogságot a szubjektív jólléttől különböző úgynevezett *pszichológiai jóllétnek* nevezi (Ryan, Deci 2001: 145-147). Az *eudémonikus* boldogságot én ezzel szemben úgy definiálnám, hogy ez egy olyan, elsősorban *belső, intrinzik* célokat maga elé tűző és elérő pozitív állapot, amely során az egyén a *belső integritását*, a belső és külső világgal való nyugalmi *egységét*, és a *teljesség* érzetét éli át. Ez a boldogság legfőképpen három kiemelt területre vetíthető ki: (1) a *szociális kapcsolatok* (kiemelten a család és a baráti kötelékek) ápolására, (2) az egyén személyes *képességeinek, belső értékeinek* érvényesülésére, valamint (3) az egyén erkölcsi és hitbeli normarendszerét tartalmazó *spiritualitásra*.

A *hedonikus* (*HWB*) boldogságot *Ryan* és *Deci* meghatározása alapján bármely olyan tevékenység kiválthatja, amikor valamilyen (fizikai, intellektuális, társas) *szükségletünk kielégülése* során *pozitív érzelmeket* élünk át (Ryan, Deci 2001: 143-145). A hedonikus boldogságot én úgy definiálnám, hogy ez egy olyan, elsősorban *külső, extrinzik* célokat maga elé tűző és elérő pozitív állapot, amelynek során az egyén a belső integritásától függetlenül, a *kielégítettség* érzetét éli át. Úgy gondolom, hogy ez nem nevezhető boldogságnak, mivel itt nincs feltétlenül biztosítva az egyén életminőségének pozitív állapota. Ez az állapot elsősorban csupán egy *érzet*, amely mögött nem tudjuk biztosan, hogy van-e valódi egyéni

teljesítmény, saját erőből létrehozott érték, vagy csak egy önmagáért való, tartalmatlan, de pozitív érzésekből álló állapot. Az érzeti és életminőségi állapot közötti feszültséget nagyon jól szemlélteti a mai korra – az ösztönök kielégítésére építő fogyasztói társadalomra – jellemző tipikus káros szenvedélyek gyarapodása, a különböző szellemi és fizikai (alkohol, drog) kábítószerek (Magyari 1994: 125) egyre fokozódó használata.

Abban az esetben, ha a *boldogság* fogalmát, eredeti értelmében tartva, az egyén *életminőségéhez* kötjük, vagyis a személy a saját sorsával, életkörülményeivel való elégedettségét értjük alatta, úgy a „*megbontott boldogság*" fogalomból csupán az *eudémonikus* boldogságnak van létjogosultsága. A *hedonikus* boldogság ugyanis valójában nem is boldogság, hanem egyfajta átmeneti vagy tartós kielégítettségérzet, amely nem feltétlenül igazodik az egyén életminőségéhez, személyes fejlődéséhez és kapcsolatai minőségéhez. Nevezhetjük-e boldognak azt a személyt, akinek pszichikai és érzelmi állapota bár pozitív, de közben nincsenek, vagy korlátozottak az emberi kapcsolatai, rendezetlenek az életkörülményei, és nem éri el a számára kitűzött személyes életcéljait? Ugyanolyan eredményesnek nevezhetjük-e azt a „boldog" személyt, aki például alkohol, drog, luxus vagy más szellemi és fizikai kábítószerek élvezeti forrásaiból meríti erejét és örömét, mint azt, aki a belső integritására támaszkodva bölcsen aktiválja a személyes képességeit, és abból fel tud építeni valami igazán értékes dolgot? Ha az ilyen célzatú kutatások eredeti motívumait, kiinduló kérdéseit nézzük, akkor a válasz egyértelműen nem. Abban az esetben, ha valóban egy *érték alapú*, személyes, intrinzik céljainkat követő, és nem egy üres, öncélú és kétes forrású boldogságot értünk a boldogság és a szubjektív jóllét fogalma alatt, akkor a jövőben a kutatási vizsgálatok során mindenképpen csak az *eudémonikus* boldogságra kell redukálni az eddigi eudémonikus és hedonikus boldogság elmeinek egyvelegét. Természetesen megtarthatjuk a hedonikus elemet is, amennyiben arra vagyunk kíváncsiak, hogy az egyén élvezeti, kielégítettségi szintje milyen fokú.

Összességében elmondható, hogy ha a kutatások során nem teszünk semmi mást, csak ezt a két boldogságfogalmat világosan elválasztjuk egymástól, és pontosan meghatározzuk őket, akkor az *Easterlin-paradoxon* egymással ellentmondó értelmezései nyugvópontra kerülhetnek. Abban az – általam hibásnak vélt – esetben tehát, ha a szubjektív jóllétet *hedonikus* boldogságként értelmezzük, akkor az anyagi jólét növekedésével értelemszerűen tovább növekszik a „boldogság" mértéke is, mivel a hedonikus életmód pontosan a külső körülmények, élvezeti források ingereit igényli, egyre nagyobb és nagyobb mértékben (lásd: *„hedonikus taposómalom"*). Ha viszont a boldogságot – az általam javasolt módon –

eudémonikus boldogságként értelmezzük, akkor látjuk leginkább a valódi oksági viszonyt az anyagiak és a szubjektív jóllét dimenziói között, amely várhatóan egy bizonyos pont felett gyengülni kezd.

Ezzel elérkeztünk a jelen fejezet fő kérdésének – a paradoxon feloldásának – a legfontosabb pontjához. Az előző fejezetekben felvázolt vizsgálatok eredményeit szemlélve jól láthatjuk, hogy van egy bizonyos pont, amely felett az anyagi jólét és boldogság dimenziói között látható szoros kapcsolat hirtelen vagy lassan, de csökkenő tendenciába fordul át. Egyes mérések szerint ez az együttjárás egyenesen megszűnik (Heliwell 2003: 331-360), sőt negatív korrelációba megy át (Zolatas 1981 – idézet: Takács 2005: 690; Lane 2000 – idézet: Szondy 2007: 300). A lényeg, hogy mindenképpen létezik egy pont, ahol valami történik, de nem tudjuk pontosan, hogy hol, és hogy mi az.

A boldogság és az anyagi jólét közötti eltávolodás okáért felelős mechanizmust magyarázhatjuk *Kasser* és *Ryan Öndeterminációs Elmélete* (Kasser, Ryan 1993 – idézet: Szondy 2007: 299) alapján is. Ez a modell ugyanis arra világít rá, hogy amikor az anyagi jólét megszerzése, mint extrinzik cél, elér egy bizonyos pontot (nevezzük ezt „*jóléti kritikus pontnak*”), amikor már az olyan belső, intrinzik célok kezdenek háttérbe szorulni, mint az emberi kapcsolatok vagy a személyes fejlődés, és értelemszerűen maga a szubjektív jóllét, a boldogság érzete is csökkenni kezd. Ezt *Cummins szubjektív jóllét homeosztázis elmélete* (Cummins 2000 – idézet: Szondy 2007: 301) is alátámasztja, vagyis ebben az esetben felborul a külső és belső egyensúly.

A boldogság és az anyagiak közötti oksági kapcsolat fejtegetésének kulcspillanata ez, mivel pontosan itt lép be a boldogságfogalom felosztásának a jelentősége, amelyet az előzőekben felvázoltam. Döntő jelentősége van annak ugyanis, hogy az extrinzik célok túlhangsúlyozása következtében lecsökkent intrinzik célok miatt bekövetkezett kritikus pont után milyen boldogságfogalmat használunk. Ha az eddigi szokásnak megfelelő, „általános” boldogság vagy csupán a hedonikus boldogság fogalmaival operálunk, akkor a jelenség valóban paradox, amennyiben elfogadjuk akár a *Kasser* öndeterminációs elméletének vagy akár *Cummins* szubjektív jóllét *homeosztázis elméletének* a külső-belső egyensúllyal kapcsolatos megállapításait. Logikai lehetetlenségnek tűnik az, ha valaki úgy válik boldoggá, hogy közben nem valósulnak meg a boldogságának alapjait jelentő belső, *intrinzik* céljai. A *hedonikus* boldogság és az általános szubjektív jóllét ugyanis ezt a paradoxont rajzolja ki azoknál, akik már átlépték az elemi jólét határát jelző kritikus pontot, vagyis azt, amikor a külső célok követése a belső értékek rovására megy. Ez esetben ugyanis a felmérések arról az

ellentmondásról tanúskodnak, hogy az egyén annak ellenére boldog, hogy hiányoznak az életéből a boldogság legfontosabb kellékei. Amennyiben viszont a kutatási szándéknak, az eredeti vizsgálati kérdésnek megfelelő boldogságfogalmat, vagyis az *eudémonikus* boldogság fogalmát használjuk, akkor nagy valószínűséggel teljesen más eredményt kapunk. Ez esetben arra a megállapításra juthatunk, hogy a jóléti kritikus pontot követően, a belső értékek elérésnek csökkenő tendenciája miatt, a tényleges, azaz az *eudémonikus* boldogság szintje értelemszerűen *fogyatkozni* kezd, vagy legalábbis nem emelkedik tovább.

A kulcsjelentőségű „*jóléti kritikus pont*" tehát azért vízválasztó, mert pontosan itt válik igazán ketté a boldogságfogalom két, egymástól elkülönülő iránya: az *eudémonikus* és a *hedonikus* boldogság. Az általános boldogságfogalmon alapuló mérések a két különböző érték közti, a boldogság egyfajta átlagáról tanúskodtak, és a feltett kérdéstől, valamint a válaszadó értelmezésétől függően, hol a *hedonikus*, hol pedig az *eudémonikus* boldogság érzése „győzedelmeskedett".

Ha még közelebb szeretnénk kerülni a paradoxon problematikájának feloldásához, az *anyagi jólét* dimenzióját tekintve is finomítanunk, pontosítanunk kell. Nem mindegy, hogy az anyagi helyzet a létfenntartáshoz szükséges szint alatt vagy felett van, mivel ez alapján egymástól lényegileg különböző életminőségekről beszélhetünk, amelynek szintekre való bontásához – ahogyan a boldogságfogalom meghatározásánál is – a jóléti kritikus pont szolgálhat alapul.

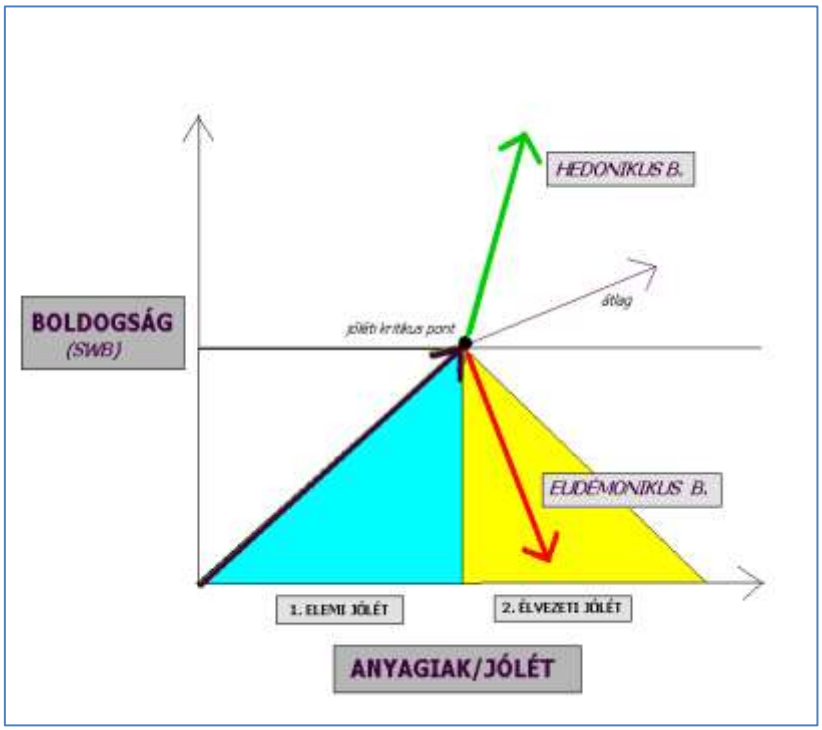
Az anyagi dimenziót finomítva és lebontva, két fő szakaszról beszélhetünk: az *elemi jólétről* és az *élvezeti jólétről*. A két szakasz a *jóléti kritikus pont* mentén válik el egymástól.
Az *elemi jólét* érzése az anyagiak hiányától az elemi létszükségletek fenntartásához, az egyén belső minőségi életének biztosításához szükséges pontig[52] tart.

Az *élvezeti jólét* (amit nyugodtan nevezhetünk a *bőség* szakaszának is) pedig értelemszerűen a *jóléti kritikus pontig* tartó elemi szükségletek szakaszán túl kezdődik, a felső határa pedig abba a végtelennek tűnő térbe fut, amelyről csak a világ leggazdagabb emberei tudnának nyilatkozni.

[52] Diener-Seligman szerint a kritikus pont – a GDP és az elégedettség viszonylatában – évi 10 000 dolláros GDP/fő érték, mivel ennél az értéknél az elégedettség és a GDP közötti korreláció csupán 8%-os, szemben a teljes tartománnyal, ahol a korreláció nagysága 50–70% közötti (Diener-Seligman 2004: 1-31).

17. ábra

A „Megbontott Boldogság" modelljének alapszerkezete



Azonban, ha közelebbről megnézzük ezt az értelmezési modellt (*17. ábra*), és az elemi jólétet külső és belső életminőség szerint osztjuk fel, akkor az elemi jólétet még további két szakaszra bonthatjuk.

Magától értetődő, hogy az elemi jólét *első foka* az *egzisztenciális jólét*, amely tartalmazza azoknak a külső, extrinzik, ezen belül is elsősorban az *anyagi* céloknak a megvalósítását, melyek a biológiai, fizikai szint biztosításához minimálisan szükségesek. Az ebben a tartományban mozgó személy élete (illetve életének ez a szakasza) a folyamatos harcról szól az életben maradásért, így odáig már nem jut el, hogy belső életminőségét (ezen belül elsősorban az önkiteljesítéshez, vagyis a személyes fejlődéséhez, képességeinek kibontakoztatásához szükséges feltételeket) biztosítsa. Ez nemcsak a létfenntartáshoz szükséges anyagi forrás biztosítását, hanem a belső jólét megteremtéséhez szükséges egészségi állapot meglétét is jelenti.

Az elemi jólét *második* foka a belső célokat megvalósító *intrinzik jólét*. Ebben a sávban az egyén erőforrásait elsősorban már nem az anyagiak biztosítása foglalja le, hanem éppen a létfenntartáson túli anyagi többlet által biztosított azon lehetőségek, amelyek a személy belső értékeinek, céljainak elemi megvalósításához szükségesek. Kissé szubjektíven azt mondhatjuk, hogy ez a *legideálisabb állapota* az emberi életminőségnek, amikor is az

egyén élete a külső-belső egyensúly arany középútján van. Az egyén nem szenved az anyagiak hiányától, így végre képes a belső értékeinek kiteljesítésére, de még nem fér hozzá annyi materiális eszközhöz, hogy ez a belső értékek elhanyagolásához vezetne.

A *belső értékek* elérését célzó intrinzik jólét három meghatározó motívumcsoportja a (1) *minőségi* emberi *kapcsolatok* (elsősorban a családtagok és mélyebb baráti kapcsolatok) ápolása, az egyén személyes képességeinek, belső értékeinek érvényesülési lehetőségeit magában foglaló (2) *önkiteljesítés*, és az egyén erkölcsi és hitbeli normarendszerét tartalmazó (3) *spiritualitás*. Ez a három fő irány, amely mentén az egyén belső értékének elérése tetten érhető. Természetesen egyéntől függ, hogy kinél melyik a fontosabb motívumcsoport. Valakinek a kapcsolatok ápolása lehet a legfontosabb, másoknak pedig inkább a normarendszerüknek és a hitüknek való megfelelés. A művészeknél és a kreatív embereknél pedig nagy valószínűséggel az önkiteljesítés motívuma a legerősebb.

3.1.6. Összegzés

Az e fejezetben ismertetett vizsgálatok tükrében elmondható, hogy egyértelműen kirajzolódik az, hogy egy adott országra jellemző *boldogságszint* és *gazdasági* helyzet között egy bizonyos pontig korreláció van. Az *Easterlin-paradoxon* állítása szerint ezen a bizonyos kritikus ponton túl már nem beszélhetünk a gazdaság és a szubjektív jóllét kapcsolatáról. Ha azonban közelebbről megnézzük a nemzetközi összehasonlító adatokat, eredményeket, akkor láthatjuk, hogy az egymáshoz közel álló, hasonló pozícióban lévő országok kulturális, történelmi és földrajzi csoportokba rendezhetők.

Úgy tűnik, hogy az a *kulturális* háttér a meghatározó a boldogság, a szubjektív jóllét tekintetében, amely döntően formálja az adott nemzet közgondolkodását, attitűdjeit, értékrendjét és a problémás helyzetekhez való viszonyát. Egy adott ország gazdasági környezetét teljesen másképpen ítélik meg az egymástól kulturálisan teljesen különböző országok. Erre jó példa Mexikó esete, hogy hogyan lehet egy nagyon szegény ország nagyon boldog, és az, hogy miért nem volt képes 50 év alatt boldogabbá válni az a Japán, aki a világtörténelem talán legnagyobb, leggyorsabb gazdasági fejlődését produkálta.

Az *Easterlin-paradoxon* körüli oksági fejtegetés során arra juthatunk, hogy az egymástól eltérő vélemények és értelmezések elsődleges oka az anyagiak és a boldogság közötti kapcsolat mérésére adott fogalmak tisztázatlansága és zavara. *Easterlin* az ellene felhozott kritikákra adott válaszában mindig módszertani hibákra hivatkozott, például arra a jelenségre, hogy a különböző országok és kultúrák lakosai különbözőképpen értelmezik a

boldogság fogalmát. A saját álláspontom ezzel kapcsolatban az, hogy az *Easterlin-paradoxon* körül felmerült módszertani problematikák elismerése mellett a legfontosabb tényező inkább a megfelelő és egységesen elfogadott fogalomhasználat hiánya.

Véleményem szerint abban az esetben, ha a boldogság fogalmat felosztjuk (1) *hedonikus* és (2) *eudémonikus boldogságra*, az anyagi jólétet pedig (1) *elemi* és (2) *élvezeti jólétre*, akkor rajzolódik ki igazán az *Easterlin-paradoxon* eredeti állításának igazságtartalma. A boldogság eredeti jelentéséhez közel álló *eudémonikus* boldogság fogalma esetén ugyanis az anyagiak növekedése egy bizonyos ponton túl már valóban nem jár együtt a boldogság növekedésével. Az élet élvezetét célzó, a személyiség és az emberi kapcsolatok fejlődését hanyagoló *hedonikus* boldogság mérése esetén pedig értelemszerűen az – *eudémonikussal* szemben – ellenkező tendenciára számíthatunk, mivel az anyagi jólét növekedése az élvezeti örömforrásokat jobban érvényesíti.

3.2. Motiváció 3.0

3.2.1. Fókuszban az intrinzik motivációk

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* építi le, amely az érdeklődés fenntartását biztosítja, és amely által képes az ember az önátadásra vagy a flow állapot megélésére, így az alkotásra és a magas szintű teljesítményre is.

Harry Harlow és kutatócsapata az ’50-es években *majmokon* végzett *kísérletek*[53] során döbbenten tapasztalta, hogy a – *jutalmazó-büntető* motiváción túl – létezik egy új („harmadik”) motiváló tényező is, amelyet belső („*intrinzik*”) motivációnak nevezett el. Megállapította, hogy a külső, jutalom alapú motiváció bevezetését követően a belső motiváció ereje, így a kapcsolódó teljesítmény is lecsökken (Harlow és munkatársai 1950). *Harlow* kísérlete során a következő történt. A majmok kaptak egy egyszerű mechanikus feladatot, amely egy zár kioldását jelentette. A majmokat nagyon érdekelte ez a kihívás, a vártnál sokkal gyorsabban reagáltak a helyzetre, és szinte azonnal el is kezdték a zárat vizsgálni, mozgatni, kipróbálni, hogyan nyílik. Már az első próbálkozásra is gyorsan megoldották a feladatot, a

[53] Harlow és munkatársai eredetileg a majmok tanulási képességeit akarták felmérni.

második hét végére pedig már egy perc sem kellett a zár kinyitásához. Mindezt tették úgy, hogy ebben az izgalmas kísérletben a teljesítményért a majmok semmilyen jutalmat nem kaptak, és még büntetés sem járt sikertelenség vagy demotiváltság esetén. Ez volt az a pont, amikor *Harlow* úgy érezte, hogy ezek a tapasztalatok ellentmondanak a főemlősi viselkedésről kialakított eddigi tudományos képnek. Korábban ugyanis úgy gondolták, hogy a főemlősi, illetve az emberi viselkedést két alapvető tényező motiválhatja. Az egyik a *lét- és fajfenntartást* szolgáló (éhség, szomjúság, szexuális vágy) *biológiai motiváció*, a másik pedig a környezetünktől érkező *jutalom és büntetés* elemeire építő *külső motivációk* köre. *Harlow* azonban egyik kategóriába sem tudta besorolni a majmok váratlan viselkedését, így arra a következtetésre jutott, hogy nagy valószínűséggel létezik egy harmadik, „*belső*”-nek („*intrinzik”-nek*) nevezett motiváló tényező, amelyet rögtön tesztelni is akart. Kíváncsi volt arra, hogy a teljesítést követő jutalmazás milyen hatást vált ki a majmokból. A teszt során kiderült, hogy az étellel jutalmazott majmok nemhogy gyorsabbak lettek volna, de még több hibát is elkövettek, és a zárat sem sikerült minden esetben kinyitniuk. A kísérlet tehát azt igazolta, hogy a jutalmazás végső soron a teljesítmény csökkenéséhez vezet. *Harlow* ezt a jelenséget „*manipulációs drive*”-nak nevezte el. Ezt követően, évtizedeken keresztül tartotta még magát az a hagyományos felfogás, mely szerint a *jutalmazó-büntető* mechanizmusokkal hosszú távon fent lehet tartani a motivációt.

Harlow – saját korát megelőző – tudományos felismerését követően gyakorlatilag két évtizedig nem történt érdemi előrelépés ezen a téren, majd 1969-ben *Edward Deci* – a *Carnegie Mellon Egyetem* pszichológia szakos végzős doktorandusz hallgatójaként – folytatni kezdte *Harlow* a belső motivációra vonatkozó kutatását. *Deci* egyetemistákon tesztelte a jelenséget, akiket szétválasztott kísérleti- és kontrollcsoportokra. Mindkét csoportnak adott *Soma kocka* [54]építőelemeket, hogy azokból az általa meghatározott ábrát minél gyorsabban rakják ki. Az első nap az egyik csoport sem kapott jutalmat a sikeres teljesítésért, azaz a Soma kocka – megadott ábra szerinti – kirakásáért. A kísérlet legfontosabb része mindig a nyolcperces szünetekben történt, mivel *Deci* ekkor a háttérből figyelte a két csoportot, hogy a szünet alatt mennyire hajlandóak tovább foglalkozni a kiadott feladattal. Az első nap mindkét csoport átlagosan 3–4 perccel tovább játszott a foglalkozások közötti szünetben. A második nap azonban a két csoport szétvált a tekintetben egymástól, hogy míg a kísérleti csoport pénzt kapott a feladat megoldásáért, a kontrollcsoport továbbra sem kapott semmit. A rá következő

[54] A Soma kocka a Tetrishez hasonló kockakirakós logikai játék, ahol a cél egy kocka összeállítása a különböző alakú elemekből, melyek jellemzően kisebb kockákból állnak.

szünetben annyi újdonság történt, hogy a pénzzel motivált kísérleti csoportban már átlagosan több mint 5 percig kísérleteztek a feladat megoldásával. Ezt követően elérkezett *Deci* kutatásának talán legizgalmasabb mozzanata, a harmadik nap, amikor – az első naphoz hasonlóan – egyik csapat sem kapott pénzt vagy más jutalmat. Ekkor az történt, hogy a szünetben a mindvégig jutalom nélkül maradt kontrollcsoport valamivel kicsit tovább próbálkozott az ábra kirakásával, a kísérleti csoporthoz tartozók pedig szignifikánsabban rövidebb ideig, kb. 2 perccel kevesebbet játszottak a Soma kockával. *Deci* mindezek alapján úgy összegzett, hogy amikor egy bizonyos tevékenység elvégzésekor pénzt használnak fel *külső jutalmazás* eszközeként, akkor az alanyok egy idő után *elveszítik belső érdeklődésüket* az adott területen. Az ember ugyanis szeret *felfedezni*, *tanulni*, *újdonságokat* és *kihívásokat* keresni, valamint fontos számára, hogy tudja a *képességeit* bővíteni és gyakorolni. (1971, 1972) Vizsgálatai tehát megerősítették azt a *Harlow*-féle hipotézist, hogy a külső jutalmazás során az egyének elveszítik a belső érdeklődésüket az általuk végzett tevékenységek iránt (Deci 1971). Kísérletei azt igazolják, hogy bár a jutalmazás rövid távon fellendülést hozhat, de a gyors pozitív hatás elmúltával szignifikánsan csökkenni kezd az egyén motivációja a tevékenység intenzitására és folytatására. *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).

3.2.2. Pink-féle motivációs rendszerek

Daniel H. Pink (2009) az alapvető 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 beleszámítva akár 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, és olyan, *lét- és fajfenntartáshoz* kötődő motívumokból, *drive*-okból áll, mint az *éhség, a szomjúság* vagy a *szexualitás*.
- Ez után következik a „*Motiváció 2.0*” a külső környezettől érkező, *jutalmazásra és büntetésre* épülő „társadalmi operációs rendszer”. 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 feladatainak megvalósítása során meg is felelt, de ma már lényegi „frissítésre” szorul, mivel a világ gyökeresen megváltozott. A *Motiváció 2.0* korszakában kitermelődött ún. *X típusú magatartást* – a belső hajtóerők leépülésével párhuzamosan – elsősorban a *jutalmazó-büntető* rendszerre épülő „külső” vágyak és félelmek motívumai jellemzik, amely nem a végzett tevékenység örömét 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 is elkezdte felismerni, hogy az emberi motivációs mechanizmusokat alapjaiban kell újragondolni.
- A modern kihívásokra épülő „*Motiváció 3.0*” operációs rendszer ún. *I típusú magatartást* (Pink 2009) igényel, amely éppen ellenkező módon működik, vagyis – pl. a gyermekek, a művészek és a sportolók világához hasonlóan – itt is *maga a tevékenység* jelenti az örömforrást, és nem a tevékenység produktuma, végeredménye, a kapcsolódó külső jutalmak, vagy az esetleges 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 eddigi a környezet nem engedett teret ennek a kibontakozására, megélésére. A *motiváció 3.0* „belső” motivációs hajtóereje tehát – amely nem függ a külső környezettől, ill. a tevékenység eredményességétől – maga a *tevékenység végzése közbeni öröm és elégedettség érzése*, amely lényegileg különbözik a *jutalmazó-büntető* dichotómiára épülő külső motivációs rendszertől.

Pink (2009) azonban jelzi azt is, hogy hiba lenne elhagyni a *jutalmazó-büntető* rendszer alkalmazását, hiszen a rutinfeladatoknál az extrinzik jutalmak kedvező hatásúak; az egyszerű szabályokra és világos célokra épülő feladatok tekintetében valóban képesek ösztönzőleg hatni. A külső motivációs hatás csupán az összetettebb, kreatív, problémamegoldó gondolkodást igénylő feladatok vonatkozásában mondható gyengének vagy ellentétes hatásúnak. *Pink* pusztán arra hívja fel a figyelmet, hogy a fenti összefüggések ellenére az oktatási és munkahelyi környezet ösztönzési rendszere továbbra is inkább az extrinzik, *jutalmazó-büntető* felfogásra építenek.

A *Harlow* és *Deci* sok évtizeddel ezelőtti tudományos felismerését követő hosszú csönd után a belső megújulásra érett modern üzleti világ és a pedagógia is kezdi lassan felfedezni a *motiváció 3.0* és az *I típusú magatartás* jelentőségét. Egyre inkább az látszik bebizonyosodni, hogy a tevékenység örömét tartalmazó belső hajtóerőkre épülő munkavégzés és tanulás lényegesen hatékonyabb és tartósabb, mint a *jutalmazó-büntető* rendszerre épülő ösztönzés gyenge lábakon álló és rövid távú működése. Fontos tényező, hogy a teljesítmény növekedése mellett javul az egészségi állapot, ill. maga a közérzet, a szubjektív jóllét érzése is.

3.3. A játékosmotivációk vizsgálata

3.3.1. Flow és játék

A játék szinte korlátlan lehetőségeket nyújt, hogy teljesen új világokat, szerepeket és helyzeteket éljünk meg, amelyben felfedezhetjük a saját határainkat és a határainkon túli képzeletünk, kreativitásunk teremtő mivoltát. Sokszor előfordul, hogy amikor játszunk, megváltozik bennünk valami, kiszakadunk a saját világunkból, és különleges állapotba kerülünk. Ezt az állapotot *Csíkszentmihályi Mihály,* a pozitív pszichológia úttörője *áramlatként, Flow-élményként* írja le. Az elméletével világhírűvé vált tudós szerint ez egy olyan tudatállapot, amely során az egyén teljesen *átadja magát* az aktuális cselekvésének, és

olyan szinten *elmerül* és *feloldódik* benne, hogy számára szinte *megszűnik a külvilág* Csíkszentmihályi (1997). A *Flow-állapotban* a személy úgy érzi, hogy az események szinte *áramlatszerűen* kapcsolódnak egymáshoz, amitől az egyén *energiával* töltődik fel, és *örömét* leli mindabban, amit csinál, miközben részéről csupán *minimális erőfeszítés* szükségeltetik. *Csíkszentmihályi* szerint a *Flow-élmény* egy teljesen *koncentrált*, a *motivációt* a *maximumig* fokozó élmény, amelyben a személy képes *csak az adott feladatra* koncentrálni, amely számára annyira élvezetes, hogy a tevékenységet bármi áron folytatni akarja, pusztán saját magáért.

Csíkszentmihályi azt állítja, hogy a *Flow-élmény* átélésénél a következőket tapasztalhatjuk meg, bár az élményhez nem szükséges mindegyik jellemzőnek teljesülnie (Csíkszentmihályi 2009: 50-65):

1. A személy *képességeivel összhangban* lévő, egyértelmű *célok*.
2. A tudat erős *fókuszáltsága*.
3. Az *öntudatosság* tudatos észlelésének *megszűnése*.
4. Az *időérzékelés torzulása*.
5. Az*onnali visszajelzés, visszacsatolás* a tevékenység alatt felmerülő jelzésekre.
6. *Egyensúly* az egyén *képességei* és a feladat *nehézsége* között (a feladat nem túl könnyű, de nem is túl nehéz).
7. A *szituáció*, illetve a saját *teljesítmény* feletti *kontroll* érzése.
8. A tevékenység *belülről jutalmaz*, ezért nem megterhelő.
9. A személy teljesen *elmerül* abban, amit csinál, minden *figyelmét* erre *összpontosítja*, akár *eksztázisszerű* élményben is része lehet.

Egy jó flow-tevékenység mindig progresszióval jár, mivel az egyénnek folyamatosan fejlődnie kell, egyre több készséget kell elsajátítania, illetve a komplexitás újabb szintjeire kell emelkednie ahhoz, hogy mindvégig az áramlatélményben maradjon.

A *játékosmotivációkat* meghatározó tényezőknél is gyakran tetten érhetjük a *Flow-élmény* jelenlétét, amikor a játékos önkéntelenül is átadja magát a *játék élményének*, abba teljesen belefeledkezve, nagyon kellemesen érzi magát. A *videojáték-ipar* tudatosan használja fel a *Flow-elméletet*, hogy olyan játékokat alkosson, amelyekben a játékosok gyorsan és könnyen az *áramlat-élmény* hatása alá kerülnek (McGonigal, 2011). Ezt támasztja alá a

Koepp és munkatársai (1998) által végzett rendkívül érdekes kutatás, amelynek eredményét 1998-ban a *Nature* folyóiratban publikálták. Kutatásuk során kimutatták, hogy a *videojátékosok dopaminszintje* rendszeresen *emelkedik* a *játék közben*. A *dopaminról* tudjuk, hogy csak akkor aktiválódik, ha valamilyen *pozitív* hatás éri az egyént, vagy valamilyen *jutalomra* számít. Ilyen tényezők lehetnek a lét- és fajfenntartáshoz tartozó ösztönök, drive-ok, mint például az *evés*, a *szexualitás*, de akár a „mesterséges jutalmak", a *drogok* is. Ez a kutatás tehát arra világít rá, hogy a *Flow-élményt* biztosítani képes *játékok* az *agy örömközpontját* stimulálják.

Egy megfelelően *játékosított rendszerben* is kiemelkedően fontos, hogy képes legyen biztosítani a *Flow-élmény* létrejöttéhez szükséges elemeket, mechanizmusokat, amelyek a *gamifikációban* is kiemelt szempontokat alkotnak. Lényeges tényező, hogy a játékosított rendszerekben a felhasználók egyértelmű szabályok között, világos célokért, készségeiket folyamatosan fejlesztve tevékenykedjenek úgy, hogy közben folyamatos visszajelzést kapjanak a felhalmozott pontszámaikról, jelvényeikről, és pontosan lássák a ranglistán elfoglalt helyüket.

Lee és Hammer (2011) szerint a *játékok* alapvető *motivációs* ereje abban rejlik, hogy képesek a játékosok (1) *kognitív*, (2) *emocionális* és (3) *szociális* funkcióit elérni, és azt fejleszteni.

1. Kognitív szinten fontos, hogy a világos, egyértelmű *szabályrendszerek* segítsék a játékosokat abban, hogy tudják, *mire* is *számíthatnak* legközelebb, és *mit* kell majd teljesíteniük a következő lépésben. Emellett fontos annak biztosítása is a játék során, hogy a játékosok *értelmes*, *logikus* döntéseket tudjanak hozni, és a lehetséges kimenetek az ő *képességeiktől* és a *teljesítményüktől* függjenek.

2. Emocionális vonatkozásban a két, egymással ellentétes mozgatóerő a *(1) siker* és a *(2) kudarc*. A *sikeres* teljesítmény *belső örömét* a játékok tovább fokozzák az extrinzik motivációt aktiváló *külső jutalmakkal* is. Egy jól megalkotott játékban a *kudarcnak* is nagyon fontos *motiváló* szerepe van, mivel ez biztosíthatja azt a minimálisan szükséges *frusztrációt,* amely újabb és újabb *próbálkozásra* ösztönzi a játékosokat.

3. Szociális szinten is megtalálhatjuk azt a két, egymástól alapvetően különböző motivációs tényezőt, a *(1) kooperatív* és *(2) kompetitív* erőket, amelyek az egész játék *szociális dinamikáját* jelentik. A játékosok számára általában igen fontos motivációs alapigény, hogy *tartozzanak* valamilyen csapathoz, *elismerést* kapjanak másoktól,

együttműködjenek, kommunikáljanak egymással; vagy mindezek ellenkezője, amelyben a *harc*, a *versenyhelyzetek*, a mások *legyőzése* alapvető hajtóerők.

3.3.2. Játékosmotiváció-tipológiák

A játékosok *motiváció alapú tipizálásának* bemutatása során az MMORPG-kutatások két nagy klasszikusának, *Richard Bartle-nek* és *Nick Yeenek* a rendszerét mutatom be röviden.

3.3.2.1. Bartle-modell

Ahogy korábban, a *2.2.2.2. fejezetben* már említettem, *Richard Bartle* aktív részese volt a sokszereplős online szerepjátékok megszületésének, amikor *1978*-ban az essexi egyetemen *Roy Trubshaw*-val létrehozta az MMORPG-k elődjének számító *MUD1*-et. *Bartle* kiváló és korszakalkotó munkásságának másik nagy mérföldköve 1996-hoz kötődik, amikor is kitalálta a róla elnevezett *Bartle-tesztet* (Bartle 2006). Ez a harminc itemből álló teszt azt mutatja meg, hogy a játékosok a játékidentitásuk alapján melyik kategóriába sorolhatók a modellben szereplő négy fő játékostípus közül. A kérdések eredetileg a *MUD* (*Multi User Dungeon*) játékokra lettek kialakítva, de a videojátékok fejlődését követve a *tesztet adaptálták* az *MMORPG játékokra*. A tesztet kitöltő játékosok az alábbi *négy kategória* szerint kapják meg a saját *Bartle-kvóciensüket*, mely százalékosan vázolja fel a személy játékstílusát.

1) *Teljesítők* („*achievers*”)

A „*Teljesítők*” vagy „*Törekvők*” azok a játékosok, akik elsősorban az *eredményességre*, a különböző *jutalmak, felszerelések* és *tárgyak* elérésére, *szintek* lépésére, minél több *pont* gyűjtésére törekszenek, egyszóval az elért *teljesítmény* a legfontosabb számukra. Mindez nekik akkor élvezetes, ha ezzel mások fölé tudnak kerekedni, ha a többi játékosnál felkészültebbek, és magasabb szinten vannak. Gyakran figyelik a ranglistákat, és örömmel tölti el őket, ha az ő rekordjuk, eredményességük mindenki számára láthatóvá válik. Szeretik, ha elsőként jutnak el egy nehéz küldetés végére, de közben az is fontos szempont, hogy ezt minél hamarabb, minél kevesebb energiabefektetéssel érjék el. A teljesítőket kevésbé érdekli a játék mögött meghúzódó történet, annál inkább fontos számukra, hogy hírnevet, sok pénzt és tapasztalatot tudjanak gyűjteni. Míg az *egyjátékos* („*single player*”) típusú játékok esetében a fő cél *minél több elérhető* dolgot és pontot megszerezni, a

többjátékos, sokszereplős („*multiplayer*”) játékok során a *legjobbak* közé kerülés és a *ranglistán* történő folyamatos előrehaladás van középpontban.

2) *Felfedezők* („*explorers*”)

A „*Feldezők*” azok a játékosok, akik számára a játékok világának, környezetének a *felfedezése, bebarangolása*, a különböző *rejtvények, feladatok* megoldása és a rejtett *kincsek* megtalálása, *titkok* megfejtése az elsődleges. Ők a virtuális világok nagy felfedezői, akik az *ismeretlen tájakat,* a *titkos ösvényeket*, és a *rejtekajtókat* keresik, és ők azok, akik először értik meg a játék felszíne alatt rejlő programokat, algoritmusokat is. A Felfedezőket nagyon érdekli a *pályák* felfedezése és készítése, szeretnek teljesen *új* tárgyakat, tervrajzokat és recepteket is *összerakni*. Azt viszont általában *nem szeretik,* ha egy pályán történő áthaladás *időkorláthoz* van kötve, mert ilyenkor nem tudják kiélni az erős explorációs vágyukat. Míg az *egyjátékos* üzemmódú játékoknál a Felfedezők fő célja a pályák minél tüzetesebb *megismerése* és a rejtett elemek *megtalálása,* a *többjátékos* verzióban már a *mások* számára *nehezen* elérhető tárgyak, információk megszerzése kerül a középpontba, és azok a feladatok, amelyekkel a többiek nehezen tudnak megbirkózni.

3) *Társaságiak* („*socializers*”)

A „*Szocializálók*” azok a játékosok, akik elsősorban *másokkal való kapcsolatra* törekszenek a játék során, amelyre úgy tekintenek, mint egy nagy chatszobára. A szocializálók számára nem annyira a játék, hanem inkább maga a *játékos* a fontos. Kiemelt céljuk, hogy egy játékban minél hamarabb sikerüljön *barátokat* szerezniük, és valamilyen *csoporthoz, guildhez, klánhoz* csatlakozniuk. Segítőkészek az ismeretlen és kezdő játékosokkal szemben, gyorsan és empatikusan reagálnak a közösséggel ismerkedők kérdéseire, és gyakran a *játékon kívüli, személyes* problémákat is szívesen megbeszélik online barátaikkal. Náluk tehát a hangsúly az *ismerkedésen* és a *szociális* kapcsolatok ápolásán van. Esetükben gyakrabban előfordul, hogy játékon kívüli kommunikációs felületet, eszközöket is használnak. A szocializálók egyértelműen a *többjátékos* típusú játékokat részesítik előnyben, de ha mégis valamilyen „*single player*” játékot választanak, akkor a játékbeli tapasztalataikat elsősorban a játékon kívül használják fel, és osztják meg ismerőseikkel, barátaikkal.

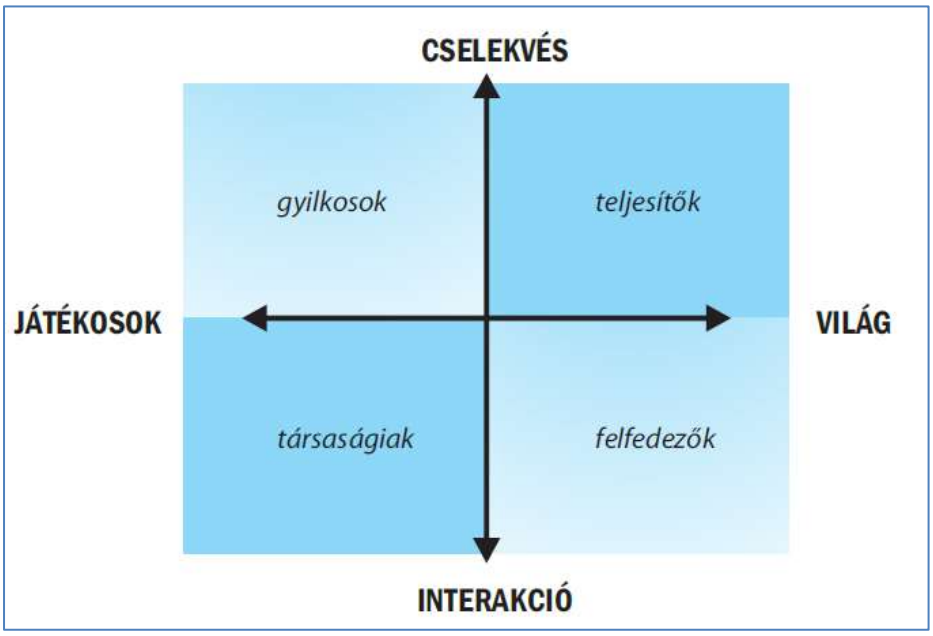
4) *Gyilkosok* („*killers*”)

A „*Killerek*” azok a játékosok, akik alapvetően abban lelik örömüket, ha másokat legyőzhetnek, elpusztíthatnak, vagy a többi játékosnak valamilyen kárt okozhatnak . Vannak, akik kifejezetten szeretik, ha náluk gyengébb, teljesen kezdő („*newbie*”) játékosokat semmisíthetnek meg, és vannak olyanok is, akik általában „*kulturáltabb*” környezetben küzdenek meg, és az ún. *PvP arénákat* választják harcaik helyszínéül. A Gyilkosok élvezik azt is, ha más játékosok felett fitogtathatják hatalmukat, vagy guilden belüli csapattársaikat provokálhatják, bosszanthatják. Mindezek ellenére *mégsem* mondhatjuk, hogy a „*killerek*” *negatív* szerepet töltenek be a játékostársadalomban, *nem szabályhágó trollok* ők, és egyáltalán *nem is antiszociálisak*, hiszen sokszor éppen közülük kerülnek ki a guildek vezetői is. A „killereket” egyszerűen csak olyan motivációs erők hajtják, amelyek a játék *kompetitív* részét állítják a középpontba. Ezek a játékosok nem pontokkal, vagy tárgyak, felszerelések gyűjtésével próbálnak mások fölé kerekedni (mint a Teljesítők), hanem személyközi *harcok* révén. A *Gyilkosok* számára – a *Társaságiakhoz* hasonlóan – valójában csak a *multiplayer* játékok, és benne a *valós személyek* elleni harcok nyújthatnak igazi élményt, így egyértelműen a „*PVP* üzemmódot” („*player versus player*”, magyarul: „*játékos kontra játékos*”) preferálják. Amennyiben a killerek a *single player* típusú játékot választják, akkor a mesterséges környezetben található ellenséges elemek elleni „vérengzésre” és rombolásra, a „*PVE* üzemmódra ” („*player versus environment*”, magyarul: „*játékos kontra környezet*”) helyezik a hangsúlyt.

Bartle a kapcsolati dinamika feltárása céljából ezt a *négy alaptípust* egy általa készített *kétdimenziós* (*cselekvés–interakció, játékos–világ*) koordinátarendszerben helyezte el (*18. ábra*). Modellje alapján a *teljesítőket* például elsősorban a világban való cselekvés motiválja, míg a *társaságiakat* főleg a többi játékossal való kapcsolat érdekli. A *gyilkosok* más játékosok legyőzésére, blokkolására törekszenek, a *felfedezők* számára pedig a virtuális környezet világának megismerése az elsőszámú motiváció.

18. ábra

Bartle-féle játékosidentitás kategóriák



Forrás: (Bartle 1996)

Bartle további kutatásai hatására a négy kategóriából álló modelljét tovább bővítette nyolc kategóriára, amelyben már olyan aldimenziók is szerepelnek, mint a tudós, a tervező vagy a politikus (Bartle 2003).

3.3.2.2. Yee-modell

Nick Yee nevével már találkozhattunk a dolgozatban (a *2.3.1. fejezetben*), amikor az online játékosok közötti virtuális és valós kapcsolati kölcsönhatásokat vizsgáltuk. Most ugyanannak a kutatásnak a *motivációs* dimenzióját, a *Yee* által felállított *játékostipológiát* fogom röviden bemutatni.

Yee (2005) a *Deadalus Project*[55] keretén belül lefolytatott kutatásába több mint *40 000 MMORPG*-játékost vont be, alapvető célja a játékosok motivációinak és annak összetevőinek a feltárása volt. Közel 10 évvel a *Bartle-modell* felállítása után *Yee* is abból indult ki, hogy az embereknek MMORPG-játékosként sokféle motivációjuk lehet. A kutatásban az alapot *Bartle* elméleti vonatkozási kerete jelentette. *Yee* saját korábbi kutatását is felhasználta, melyben nyitott kérdéseket használt. Az ezekre kapott válaszok alapján kellett ebben a kutatásban a megkérdezetteknek 40 kijelentéssel[56] kapcsolatban jelezni egyetértésüket egy ötértékű Likert-

[55] Yee, N.: The Daedalus Project, http://www.nickyee.com/daedalus (letöltve: 2016.01.31.).
[56] Pl.: „Szeretem a hatalmat a játékban”.

skálán. A kérdésekre adott válaszokat feltáró faktorelemzéssel vette közelebbről szemügyre, amely alapján egy *tízfaktoros modellt* állított fel. A modellben 3 *fő motivációs faktort* nevez meg a játékosok kategóriáján belül (Yee 2005: 5). Ezek a motivációs faktorok olyan latens struktúrákat képeznek, amelyek az itemek korrelációit magyarázzák. A szerző szerint nem azonos mértékben hatnak mindenkire, hanem különbségek figyelhetők meg a tekintetben, hogy például a nemi, életkori vagy más változók alapján mely motiváció jellemzi jobban az embereket. *Yee* tízfaktoros modellje összefoglalva a következő:

1) A *teljesítményi* faktor tartalmazza az (1) *előremenetel, a* (2) *részletek* és a (3) *versengés* motivációs elemeket, melyekben a játékos elsősorban a kompetitív és önérvényesítő igényeit elégítheti ki. Ez a faktor jól korrelál a *Bartle*-féle *Teljesítő* játékos típusával, akinek a pontok, a tárgyak gyűjtése, a magasabb szintek elérése az elsődleges.
2) A *kapcsolati* faktor a (1) *szociális érintkezés,* a (2) *kapcsolat* és a (3) *csapatmunka* elemeiből tevődik össze, melyek során a játékos kommunikációs és szociális szükségleteinek adhat teret. A *Bartle*-modellben ehhez a faktorhoz a *Társasági* játékos kapcsolható, aki szeretne ismerkedni, barátokat szerezni, sokat kommunikálni és csapatban játszani.
3) Az *elmerülési* faktor 4 motivációs eleme a (1) *felfedezés,* a (2) *szerepjáték, az* (3) *egyediség* és a (4) *menekülés*, amelyek magát a játékélményt, a különböző virtuális világok és karakterek megismerését célozzák. *Bartle* játékostipológiájából ide leginkább a *Felfedező* típus illik, aki számára az egész virtuális világ egy olyan ismeretlen terület, ahova szívesen menekül akár a valóság elől is. Ennek a játékosnak az egyik alapigénye, hogy felfedezze az egész virtuális világot, elmerüljön benne, és kipróbálja, milyen lehet mások bőrébe bújni, vagy egy teljesen másik világban élni.

Yee felhívja arra a figyelmet, hogy a fentiekben bemutatott motivációs elemek nem egymástól független tényezők, hanem a gyakorlatban a *különböző motivációk kapcsolatban* állnak egymással. Hiába *részesít előnyben* valaki egy bizonyos motivációs dimenziót vagy elemet, valójában a *többi tényezőre* is oda kell figyelnie. A felfedező típusú játékos például csak úgy tudja kielégíteni explorációs igényeit, ha közben fejleszti a karakterét is, mivel e nélkül nem tudna továbbhaladni. Gyenge karakterrel ugyanis a játékos a világnak csak egy kis részét tudja felfedezni.

A kutató a válaszok *demográfiai* elemzésénél is több érdekes összefüggést talált; különösen *nemi* és *életkori* vonatkozásban fedezett fel lényeges eltéréseket. Kutatási adatai

szerint a *férfi* játékosok sokkal nagyobb arányban preferálják a *kompetitív* helyzeteket, a mások elleni *harcot* és *versenyt*. A női játékosoknál ennek éppen az ellenkezőjét tapasztalta, számukra a játék elsősorban a *szocializálódás* és a *barátszerzés* színtere. Felmérése szerint a *korkülönbségek* is jelentősen befolyásolják a játékosok motivációját. Míg a *fiatalabb* játékosok számára lényeges a *fejlődés* és másokkal való *versengés*, az *idősebb* korosztályhoz tartozóknak sokkal fontosabb a virtuális világ *felfedezése* és a *szociális* élet (Yee, 2006).

3.3.3. „F-modell" – A JátékosLét-kutatás játékostipológiája

3.3.3.1. A JátékosLét-kutatás motivációs lábának jelentősége

A „*JátékosLét*" elnevezésű kutatásom céljáról, lényegéről és az öt év kutatási eredményeinek összefoglalójáról a disszertáció *1.3. fejezetében* már olvashattunk, illetve a dolgozat mellékleteiben részletesen megtalálhatók a kérdőíves felmérésekre adott válaszok adatai. Korábbiakban beszámoltam arról, hogy a 2010 óta tartó kutatás egyik legfontosabb célja és szakmai eredménye annak az újszerű játékostipológiának a megalkotása, mely alapján motivációs szempontból sorolhatjuk be a játékosokat különböző kategóriákba. A *2011 és 2015* között zajló *JátékosLét felmérésben* több mint *30 000 magyarországi játékos* vett részt, és a több tízezernyi adatból markánsan kirajzolódott egy *hét kategóriából* álló *önértékelő játékmotiváció-tipológia*. A hétköznapi tapasztalataink alapján érezzük, hogy a játékosok világa különböző személyiségekből áll, a rendszeresen felbukkanó hamis sztereotípiák[57] miatt viszont egyértelműen szükség van arra, hogy objektívan, tudományos megalapozottsággal szemléljük a játékosokat. Ennek egyik központi eleme, ha van egy olyan kifinomult tipológia, amely megmutatja, hogy a játékosok az érdeklődési körük és a motivációs énképük szempontjából hogyan „azonosíthatók". Fontos már az elején leszögezni, hogy a *játékosok nyilatkozatai* alapján csak azt tudjuk megmondani, hogy *ők mit gondolnak vagy mondanak magukról*, vagyis egy olyan *motivációs énképről* beszélhetünk, amely kiindulási alapul szolgál a valódi játékosmotivációk vizsgálatához. A másik nagy kihívás, annak az ábrázolása, hogy a motivációs énképek alapján meghatározott csoportoknál a különböző típusú játékok esetében milyen – pozitív és negatív – hatások figyelhetők meg.

Felmerülhet a kérdés, hogy egy ilyen *motivációs modell* megalkotása miért lehet fontos a *gamification* szempontjából. Azt gondolom, hogy a gamifikáció lényegi *erejének* és *fenntartható* működésének egyik legfontosabb feltétele, hogy jól és pontosan tudjuk

[57] Jellemző sztereotípiák: 1 (negatív) a „*játékosok agresszívak*", „*a játékosok függők*", „*a játékosok antiszociálisak*"; 2. (pozitív) a „*játékosok problémamegoldók*", a „*játékosok reflexei nagyon jók*"

azonosítani a *felhasználókat*. Fontos, hogy egy *játékosított eszköz* ne „egydimenziós motivációjú” legyen, hanem egy olyan *szofisztikált* és *személyre szabott* rendszer, amely alapján meg tudjuk mondani, hogy a különböző embereknek milyen típusú gamifikációs eszköz vagy módszer kell a fejlődéséhez, illetve az adott csoportban/szervezetben történő elkötelezettségének eléréséhez és növeléséhez. Az előző, 3.3.2. fejezetben ezért fektettem nagyobb hangsúlyt *Bartle* és *Yee motivációs modelljének* bemutatására, amely előzményül szolgált saját kutatásomhoz.

A JátékosLét-kutatásból megszületett motivációs tipológiát „*F-modellnek*” neveztem el, amelynek a legfontosabb jellemzője, hogy egy olyan *önértékelő játékmotiváció-tipológiát ír le*, amely segít azonosítani, csoportosítani és kategorizálni a különböző játékosokat és felhasználókat. A motivációs modell öt évig tartó validálási folyamata két fő szakaszból állt: 2011–2013 között született meg az elméleti játékostipológia, amely kiindulási pontul szolgált a 2014–2016 között megalkotott és véglegesített empirikus modellnek.

3.3.3.2. Az F-modell validálásának első szakasza: 2011–2013

Az *első* szakasz *2011–2013* között zajlott, melynek célja és tervezett kutatási eredménye egy megalapozó elméleti modell felállítása volt, a játékosok válaszai és nyilatkozatai alapján. Ebben a periódusban a motivációs énkép méréséhez vegyesen használtam kvantitatív és kvalitatív módszereket, így az online kérdőíves mérés tekintetében egyik évben (2012) nyitott kérdés formájában történt a játékosok válaszainak rögzítése, más években (2011, 2013) pedig zárt kérdések alapján. Az online kérdőíves adatfelvétel mellett 2011-ben kvalitatív módszerrel, félig strukturált interjú formájában is megtörtént a játékosmotivációk vizsgálata.

A játékosokkal készített interjúk elemzése

Az ebben a fejezetben bemutatott *kvalitatív kutatás* eredményei azon *interjúk* alapján készültek, amelyeket az online játékosközösségek működését és szabályrendszereit vizsgáló, 2.3.2. fejezetben már ismertettem. A *485 interjúból* álló *2011. évi felmérés* alanyai azok közül kerültek ki, akik előzőleg már részt vettek a 2011. évi online kérdőíves kvantitatív adatfelvételben.

Jelen elemzésben *21 interjún* keresztül mutatom be, hogy a játékosok hogyan nyilatkoznak a játékokhoz való viszonyukról. Ezekből tisztán lehet látni, hogy voltaképpen milyen motivációk mozgatják őket a játék során, és melyek lehetnek azok a mentális

vonzerők, immerzív „kötőanyagok”, amelyek révén egyes játékosok képesek akár – napi 10–15 órát játszva – mindenről elfeledkezni. A diskurzuselemzésemben elsősorban az előző fejezetben ismertetett *Yee*-féle motivációs modell értelmezési keretéből indultam ki. Az interjúkban szereplő 21 játékost egy olyan *kóddal* azonosítottam, amelyben szerepel egy *sorszám*, de emellett tartalmazza az MMO játékok két alaptípusát: az „(*MMO)RTS (sokszereplős online stratégiai játék) és az „(MMO)RPG” (sokszereplős online szerepjáték*), valamint a *játéktípuson* belüli „*alsorszámot*” is.

Az interjúk minden esetben azzal a direkt kérdéssel indultak, hogy valójában mi is hajtja őket, miért játszanak. A kérdés egészen pontosan így szólt: *„Mi vonz ebben a játékban, miért játszol vele, mi tetszik benne? Mit nyújt Neked, miben segít?”* Első körben az online stratégiai játékosok válaszait mutatom be a feltett kérdésre.

Az egyik játékos (**2**–RTS_02) így beszél a motivációiról: *„Minden játékban a **struktúrát** figyelem. Amelyiknek a **legbonyolultabb** a felépítése, az biztos tetszeni fog. (...) Minél bonyolultabb a játék, annál több a lehetőség benne. Helyzetek kialakítására használok mindent, amit a játék megenged. Ezek a helyzetek lehetnek egyéni helyzetek, de csoportokat is hoztam már helyzetbe, de akár egy egész szervert is. (...) Olyan, hogy hírnév, mások legyőzése, karakterfejlesztés, hatalom, felszereltség, pontok egyáltalán nem érdekel. Ezek csak, mint eszközök jelennek meg a játékomban, ha egyáltalán szükséges. Még a másokkal való kommunikációt is eszközként kezelem.”*

Egy másik játékos (4–RTS_03) így nyilatkozik: *„Az **összetettsége** vonz, általában olyan játékokkal játszom, amelyek kihívást tudnak nyújtani. A készítők ezt olyan szintre akarjak elvinni, ami akár egy alternatív virtuális élet megteremtésére is alkalmas lehet. Sok lehetőség van még és ez vonz. A **kikapcsolódás** része a legfontosabb nekem, elég stresszes a munkám, nem akarok semmilyen szabadidős tevékenységet véresen komolyan venni. Nem kifejezetten érdekelnek a tárgyak, a hírnév hidegen hagy.”* A játékos véleménye tartalmaz egy olyan motívumot, amelyet már felfedezhettünk a szerepjátékosoknál is: a *kikapcsolódás* elemét. Már a kérdőíves adatfelvétel során kirajzolódott az, hogy a játékosok a legtöbb esetben nem vágynak másra a játék során, mint kikapcsolódásra. Ennél a gondolatnál érhető egyébként tetten a „*hétköznapi gondoktól, feszültségtől való elszakadás*” motívuma is: „*Igazából szórakozást, élvezetet nyújt, és a **stressz oldásban** segít. Más világ, egy illúzió, ami persze nem valódi, egyfajta **menekülés**, de mint olyan segítséget, mankót ad a valósághoz vezető úton. Még öntudatlanul is.*” (**20**–RTS_09).

Bár ez egy közös halmaz, mégis a világból való el**menekülés** motívumcsoport elemei – az online szerepjátékosokhoz képest - sokkal erőteljesebben jelentkeznek az asztali szerepjátékosok körében: „*Ami vonzott benne, az a csodálatos grafika. A környezet, az állatok, a karakterek, a varázslatok gyönyörűek. Emellett izgalmas, mindig talál valami újat az ember. A karakterek testre szabhatóak, nem mindegyik ugyanolyan, mint a másik. Elsősorban* ***kikapcsolódás, feszültségoldás*** *miatt játszom, az angolomon is javított egy keveset. Sokat segít akkor is, amikor egyáltalán* ***nem akarok ennek a világnak a problémáival foglalkozni.***" (**3**–RPG_01). Hasonlóan nyilatkoznak mások is: „*Elsősorban a grafikája fogott meg, amikor először megláttam, mert annyira valósághűen van kidolgozva, hogy az fantasztikus élményt nyújt. A játék a* ***kikapcsolódásban*** *és a* ***gondok pillanatnyi elfeledésében*** *segít.*" (**9**–RPG_03). *„…rendkívül részletesen ki lehet dolgozni és fejezni mindent, illetve jólesik egy kicsit* ***kikapcsolódni*** *az által, hogy legalább pár gondolat erejéig* ***elhagyjuk ezt a gondokkal teli világot"*** (**10**–RPG_04). *„…****menekülésként*** *is tudom használni a* ***mindennapok sanyargató gondjai elől****. Egyes karaktereimmel kiélhetem az elfojtott* ***agressziómat, uralkodási*** *vágyamat, amit a való életben nem szokásom, vagy nem tehetem meg. Tisztában vagyok vele, hogy ez nem helyes dolog, de inkább a karakter bőrében, mint a való életben, nem igaz?"* (**17**–RPG_09)

Visszatérve a stratégiai játékosok körére, bátran kijelenthető, hogy esetükben az **önfejlesztés** jelenik meg vezető motívumként, amely a személyiség/karakter fejlesztését, erősítését, a logikai-stratégiai kihívások, a teljesítmény, és a maximális szint elérésének motívumait jelenti. *„…különösen azért szeretem, mert* ***fejleszt****, amit az életben is hasznosítani lehet. A zárójelben felsoroltak közül:* ***fejleszti a személyiségem (karakterem)****, a teljesítmény doppingol, tetszik a játék kalandos világa, a különböző eventek, ezeken belül különösen a mostanában divatba jött nemzeti eventek…*" (**1**–RTS_01). „*…Karakter fejlesztése, teljesítmény, pontok, tárgyak, felszereltség, a játék kalandos világa, felfedezés, kikapcsolódás, szórakozás. Változó. Sok minden. Kapcsolatok, barátok. Szerintem a* ***fejlődés*** *a kulcsszó. Nem csupán a játékban, hanem a játék által megszerzett tapasztalatok mentálisan is nagyon fejlesztők*" (**20**–RTS_09).

Az RTS játékosok sokszor beszélnek a **kihívás** jelentőségéről. Alapvetően a holtidőket segít átvészelni illetve kikapcsolódni, és ami nagyon fontos: sikerélményeket elkönyvelni. „*A legvonzóbb a játékban a* ***kihívások*** *minél hamarabbi teljesítése a szomszédok segítése és az általuk elért szinte felülmúlása*" (**21**–RTS_10). „*Maga a játék hangulata tetszik, a karakterek, illetve a játékmenet. Folyamatosan fejlesztik, így mindig akadnak új* ***kihívás*** *elé állító*

feladatok. Mivel a terület idővel „kicsi" lesz a termőföld és az ólak számához képest, folyamatosan gondolkodni kell a jobb helykihasználáson és a logisztikán" (**5**–RTS_04).

Ahogy korábban említettem, a szerepjátékosokat a *versengés*, *kapcsolat*, *felfedezés* és a *menekülés* motívumai egyaránt ösztönzik. Talán a legjellemzőbb a versengés, a mások feletti dominancia elérése. „*Sokan – köztük én is – fontosnak tartottam, hogy **kitűnjek** a közegből, a **hírnevem** minél nagyobb legyen, minél **jobb** felszerelést birtokoljon a karakter. Meg persze szerettem, ha a karakterem **győz** (ki ne szeretné) és **nehezen bírtam elviselni a vereséget**. De aztán rájöttem, hogy ez is hozzá tartozik.*" (**7**–RPG_02).

Kifejezetten szerepjátékos sajátosság a **személyiség/karakter szabadságának** igénye. „*Elsősorban az vonzott a játékban, hogy **úgy alakítom a karakter** jellemét, **ahogy én akarom**. Tetszett, hogy nem tudtam pontosan, hogy a másik mit reagál az én mozdulataimra, cselekvéseimre, beszédemre, és ezért sok kreativitás és gondolkodás kellett ahhoz, hogy sikerüljön úgy alakítani a cselekvéseket, ahogy én szeretném. Ha nem jött össze, akkor improvizálni kell, ami szintén tetszett*" (**7**–RPG_02). *„…Elsőnek is az, hogy **én irányíthatom a „főszereplőt"**, és **saját magam olyanná** formálhatom, **amilyenné csak akarom**. Bár a történeti szál fix, tehát a döntéseink nem befolyásolják a történet alakulását, de néha rejtélyekbe ütközhetünk, aminek a felderítése hajtja előre az embert a többi kihívás felé"* (**14**–RPG_06). *„…a **karaktereimet saját gyermekeimnek** tekintem valahol, és szeretek velük foglalkozni"* (**17**–RPG_09).

A szerepjátékos világban rendkívül fontos tényező a kapcsolatépítés és -ápolás, különösen az olyan játékokban, amelyek alapszinten megkövetelik a kiválóan összehangolt csapatmunkát és az online közösségek csoportnormáihoz való alkalmazkodást. „*Fontosak a **barátok** is, hogy **ne egyedül** nézzen szembe a veszélyekkel az ember, és persze, hogy **ne unatkozzon***" (**14**–RPG_06). *„Elég sok ügyesség és kitartás kell némely részhez, amelyhez szükség van **társakra** is. És itt jön a képbe a **netes baráti kör**, amihez nem kell semmi csak 1 név és 1 karakter, semmi extra, ami a való életben elengedhetetlen"* (**16**–RPG_08). *„…mindig remek ürügy a játék, hogy akkor is **szóba** állhassak a **barátommal**, ha esetleg épp megbántottam"* (**17**–RPG_09). *„Az vonz a játékban, hogy **új embereket** ismerhetek meg, a 10 éves kisgyerektől a 60 éves emberig. És a legnagyobb vonzereje az, hogy **csapatban** játszhatok, úgy hogy nem érzem magam feszélyezve tőlük. Tetszik a játék, ezért játszom vele. Bocsánat, de erre mást nem tudok mondani. Sokat segített abban, hogy megtanuljam, hogy is álljak hozzá a különböző stílusú, lelkű emberekhez. És a tömegfóbiámon is valamilyen szinten*

segített, most már el tudok menni egy ballagásra, évzáróra, plázába anélkül, hogy rosszul lennék, esetleg elájulnék, mivel rávilágítottak, hogy ők is olyanok, mint én, ugyanúgy félnek, csak jól titkolják. Bátrabbá tett az emberekkel szemben, ha mondhatom ezt" (**19**–RPG_11).

Végül érdemes még megemlíteni a szerepjátékok esetén a *felfedezés* vágyát, amelyben a játékosok mintegy flow-állapotban barangolnak, és az exploráció motívuma magas izgalmi szinten tartja őket. Erről kalandként, felfedezésként, kihívásként vagy küldetések teljesítéseként szoktak beszélni. „*Nagyon szeretek **küldetési** feladatokat **megoldani**, főleg olyanokat, ami mögött valami **rejtélyt** kell megfejteni. Ez a másik oka annak, hogy ennél a játéknál maradtam, mivel zsákszámra vannak a küldetés feladatok. **Ha küldetés nem lenne, akkor valószínű, nem is játszanék**, hiába lenyűgöző a grafika, mert az, hogy „megyek és ölök, hogy minél magasabb szintű legyen a karakterem és én legyek a legjobb". Na, ez az, ami engem nem tud meghatni. Sokkal jobban szeretem a **kihívásokat**, amit a küldetések nyújtanak, hogy azokat megoldjam, szeretem **felfedezni** az új dolgokat, az új részeket ebben a **kalandos** világban, amit a játék nyújt, és ez az, ami számomra a kikapcsolódást jelenti"* (**9**–RPG_03).

Összefoglalóan elmondható, hogy a 21 válaszadó nagy része olyan motívumokat említett, mint a *személyiség/karakter szabadsága, fejlesztése, erősítése; a logikai-stratégiai kihívások, rejtélyek megoldása, kreativitás; a kaland, izgalom, felfedezés, küldetések teljesítése. a szórakozás, valósághű grafika, kikapcsolódás, elmerülés egy fantáziavilágban, unalom űzése, a hétköznapi gondoktól, feszültségektől való elszakadás; a teljesítmény, maximális szint elérése; a mások legyőzése, harc, hatalom/uralom, erőszak; a siker, hírnév, elismertség; barátságok, kapcsolatok ápolása, közösségek, csapatmunka.*

Ha ezeket a motívumokat csoportosítani, rendszerbe foglalni szeretnénk, akkor logikailag a *Yee*-nél is látott, viszonyítási alapul kiválasztott rendszerhez[58] hasonló struktúrájú rendszert kapunk. Az interjúalanyok válaszai alapján a következő főbb motivációs komponensű kategóriák rajzolódtak ki: *(1) önfejlesztés, (2) versengés, (3) kapcsolat, (4) felfedezés és (5) menekülés*. Az összes említett „szubkomponens" motívuma az alábbi módon rendezhető:

1. *Önfejlesztés*
    a. személyiség/karakter fejlesztése,
    b. személyiség/karakter erősítése;
    c. logikai-stratégiai kihívások,

[58] *Yee* azt mondja, hogy három fő motivációs komponens van: *(1) teljesítmény, (2) kapcsolat és (3) elmerülés*.

d. teljesítmény,
e. maximális szint elérése;

2. *Versengés*
    a. mások legyőzése,
    b. harc,
    c. hatalom/uralom
    d. erőszak;
    e. siker,
    f. hírnév,
    g. elismertség;
3. *Kapcsolat*
    a. barátságok, kapcsolatok ápolása;
    b. közösségek, csapatmunka
4. *Felfedezés*
    a. személyiség/karakter szabadsága,
    b. logikai-stratégiai kihívások,
    c. rejtélyek megoldása,
    d. kreativitás;
    e. kaland,
    f. izgalom,
    g. felfedezés,
    h. küldetések teljesítése;
    i. szórakozás,
5. *Menekülés*
    a. valósághű grafika,
    b. kikapcsolódás,
    c. elmerülés egy fantáziavilágban,
    d. unalom űzése,
    e. a hétköznapi gondoktól, feszültségektől való elszakadás;

A tanulmány kezdeteikor, eredetileg úgy terveztem, hogy a játékosok motivációra vonatkozó direkt kérdés mellett be fogom mutatni a kérdésekre adott válaszokat is, amelyek a fentiekben bemutatott tendenciákat kiegészítik, pontosítják, vagy adott esetben felülírják. Azonban a terjedelmi korlátok miatt ezt jelen tanulmány keretei között nem áll módomban bemutatni. Ettől függetlenül egy pár sorban megemlítem, milyen kérdésekről van szó, és ezt

követően pedig röviden felvázolom, hogy miért tartom a kérdéseket fontosnak a kutatás szempontjából.

Kérdések:

- *Melyik online játékkal játszol a leggyakrabban, és szerinted az miről szól, mi annak a lényege?* Ebből a kérdésből kideríthető, hogy a játékos milyen attitűdökkel rendelkezik a játékkal kapcsolatban. Áttételes módon választ kaphatunk arra a kérdésre is, hogy mi fontos neki az életében. A válaszból további tanulságokat lehet levonni abból a szempontból, hogy a játékos inkább a játékról vagy arról írt, hogy miért fontos számára.

- *Hogyan ismerkedtél meg ezzel a játékkal, és egyáltalán miért, minek a hatására kezdtél el játszani? Rögtön, ahogy megismerted, már játszani kezdtél? Emlékszel, ki mutatta meg Neked a játékot, és mit gondoltál először róla?* Ez is rendkívül fontos kérdés, mivel arról az alapmotívumról szól, ami miatt a játékos belépett ebbe a szubkultúrába. Itt egyúttal azt is megvizsgálhatjuk, hogy számára kik a véleményvezérek, akikre hallgat.

- *Mióta játszol ezzel a játékkal, és meddig szeretnél még ezzel játszani? Gondoltál már rá, hogy befejezd? A kezdetektől a mai napig hogyan alakult a „játék-életutad", a különböző időszakaszokban mennyire változtak a játékhasználati szokásaid (játékkal töltött idő, intenzitás, játékhoz való viszonyod stb.)?* Kulcskérdések egyike, amelyből az derül ki, hogy az induló alapmotívum mennyire módosul a játék során. Megtudhatjuk, hogy általában melyek azok a külső körülmények, amelyek befolyásolják a játék intenzitását, a játékban való részvétel változó „életciklusát". Mi történik, hogy egy motívum kielégül, újra termelődik, vagy pl. a játékos abbahagyja a játékot? Mi az, ami fenntartja az érdeklődést, és hol van az a pont, amikor már csökkenni kezd a játékos motivációja? Az is kiderül, hogy most éppen hol, milyen fázisban tart a játékos. Ez különösen jelentős információ, és mivel a kutatásom egy három évig tartó, longitudinális kutatás, így időben is nyomon tudom követni a változásokat.

- *Általában mennyire segítette/segíti vagy nehezítette/nehezíti az általad gyakran játszott online játék az életedet, életed különböző területeit?* Ez a legérzékenyebb kérdés, a kutatás talán legfontosabb kérdése. Ezt kizárólag önreflexióként lehet feldolgozni és értelmezni. Összességében megmutatja azt, hogy az induló és a játék alatti „közbenső" alapmotívumok végül elérték-e a céljaikat, valóban azt a hatást váltották-e ki, ami miatt valaki elkezdett játszani.

A kutatás során is megerősödött az a tapasztalat, hogy az online játékosok nem egy egységes tömeg, hanem szegmentálhatók például a különböző játékfajták alapján. A *két* legnagyobb, egymástól különböző *kategória* az online játékon belül az *online stratégiai játék (MMORTS)* és az *online szerepjáték (MMORPG)*. Már a 2011. évi, közel 13 ezer játékos által kitöltött kérdőív is nagyszerűen bizonyította, hogy a játékosok már demográfiai (főleg kor és nemi dimenzió mentén) szempontból is lényegesen különböznek egymástól, nem is beszélve a motivációkról. *Más* motívumcsoport hajtja a *stratégiai játékosokat* és más a *szerepjátékosokat*.

A kérdőív eredménye alapján előzetes várakozásom tehát az volt, hogy a *stratégiai* játékosok elsősorban az *önfejlesztés* motivációs főkomponens elemeiből merítenek forrást, de a *felfedezés* motívumait is alkalmazzák. A *szerepjátékosok* ezzel szemben pedig főleg a *versengési* és *kapcsolati* motívumokat birtokolják, de a *felfedezés* és *menekülés* kategóriájában is erősek. A legnagyobb eltérés a stratégiai játékosok és szerepjátékosok között a versengési motívumokban mutatkozik, tekintve, hogy az utóbbiak inkább a kompetitív helyzeteket részesítik előnyben.

A három év valamennyi adatát és tapasztalatát felhasználva elkészítettem tehát egy gyakorlati tesztelésre kész, alapozó elméleti modellt, amelyet „*F-modellnek*" neveztem el. Ebben a hipotetikus modellben nagyon hasonló alapstruktúra rajzolódott ki, nevezetesen, hogy – a játékosok énképei alapján – három fő motivációs csoportot különíthetünk el egymástól: a (1) *teljesítés (teljesítők)*, a (2) *kapcsolat (társaságiak)* és a (3) *virtualitás (felfedezők) csoportját*. Ezt a három fő komponenst bontottam tovább 17 „motivációs alkomponenesre", játékoskategóriára az alábbiak szerint (Fromann 2014b: „*F-modell alapjai – új játékostipológia a JátékosLét-kutatás eredményei alapján*", http://jatekoslet.hu/news.php?extend.35).

1. *Teljesítők*, akiknél az elsődleges motívum természetszerűleg az eredményesség, a minél nagyobb teljesítmény elérése. Ezt bonthatjuk további két csoportra a szerint, hogy teljesítés fő motívuma mire irányul.

1.1. *Önfejlesztők*: akik a játékban megszerzett előnyöket, képességeket és teljesítéseket elsősorban a maguk fejlesztésére szeretnék fordítani.

- „*IRL önfejlesztők*": saját, valós életük jobbá tétele a fő cél.
- „*VR önfejlesztők*": csak a játékban szeretnének fejlődni.

1.2. *Versenyzők*: akik számára a teljesítés, a jó eredmények elérése nem elsősorban önmaguk fejlesztésére szolgál, hanem más játékosokkal szembeni előny vagy győzelem biztosítására.

- „*Versengők*": másokhoz képest nagyobb teljesítmény eléréséért játszanak.
- „*Pusztítók*": számukra a versenyzés mások személye ellen irányul, a játékban történő gyilkolási vagy pusztítási célból.

2. *Társaságiak*: akiknél az elsődleges motívum a másokkal történő kommunikáció, a kapcsolatok, a csapatjáték, a barátságok ápolása és kialakítása. Ezt bonthatjuk további három csoportra a szerint, hogy ez a szociális fő motívum mire irányul elsősorban.

2.1. *Kommunikálók:* akik számára a másokkal való kapcsolattartás és kommunikáció a legfontosabb a játék alatt.

- „*Ismerősökkel kommunikálók*": számukra a játék a meglévő kapcsolataik ápolásának felülete.
- „*Ismerkedők*": új barátságok, kapcsolatok szerzése a fő cél.

2.2. *Csapatjátékosok:* akik számára a játékban központi szerepet tölt be a csapatjáték, illetve a csoporthoz való tartozás élménye.

- „*Elköteleződők*": alapvetően nem a játék, hanem a közösséghez, csapathoz való tartozás élménye a fontos.
- „*Csoportfejlesztők*": fontos számukra a játék, de ők elsősorban a csapatmunkában és az együttműködésben hisznek.
- „*Csoportvezetők*": a játék során csapatban gondolkodnak, de úgy, hogy abban ők a meghatározó alakok, véleményvezérek, vezetők.

2.3. *Társkeresők:* akik számára azért vonzó egy játék, mert lehet benne ismerkedni, rövid vagy hosszú távú társkapcsolatokat létrehozni.

- „*Alkalmi társkeresők*”: számukra a játékban fontos helye van a könnyű „kalandoknak”, flörtöknek és a szexualitásnak, de semmiképpen sem szeretnének elköteleződni, hogy tartós kapcsolatok szülessenek az ismerkedés során.
- „*Tartós társkeresők*”: hasonlóan az *Elköteleződőkhöz*, náluk is a valakihez való tartozás az elsődleges cél a játékok során, de ezt nem baráti, hanem társkapcsolati alapon keresik.

3. *Felfedezők*: akiknél az elsődleges motívum a virtualitás, az alternatív valóságok, világok és szerepek megélése. Náluk nem számít annyira a teljesítmény és a többi játékossal való kapcsolattartás, hanem inkább egy ismeretlen világ/élmény felfedezése a fontos. Ezt bonthatjuk további két csoportra a szerint, hogy mire irányul ez az immerzív fő motívum.

3.1. *Szerepjátszók:* akik számára a játék legfontosabb része a saját szerepeik megélése, karakterük fejlesztése, ápolása.

- „*Karakterfejlesztők*”: elsődleges céljuk saját karakterük fejlesztése. Csoportjuk némileg átfedésben van az *Önfejlesztőkkel*, csak a *Karakterfejlesztők* számára a teljesítés tárgya nem önmagában egy szint/pontszám elérése, hanem mindig a karakterükhöz köthető teljesítés.
- „*Karekterátélők*”: ők az egyik legimmerzívebb motívummal rendelkező csoport, ahol egyáltalán nem számít az eredményesség, a siker vagy a másokkal való kapcsolat, hanem csak a saját karakterük, szerepük megélése, mások bőrébe bújása.

3.2. *Világfelfedezők:* akik számára a játék egy óriási kaland, egy izgalmas, felfedezetlen terület.

- „*Játéktörténet-kedvelők*”: számukra egy jó történet megélése, átélése vagy mesélése a legfontosabb dolog egy játékban.
- „*Játékkörnyezet-kedvelők*”: őket leginkább a grafika, a szép környezet, holmik, tárgyak keresése motiválja.

- „*Fantáziálók*”: nekik a valóságtól minél inkább különböző, másik/alternatív világ megélése, a fantáziájuk kiélése a legfontosabb, a játékok igazi célja, hogy sikerüljön elszakadniuk a hétköznapi gondoktól.
- „*Kalandorok*”: ők nagyon hasonlóak az *Önfejlesztőkhöz*, annyi különbséggel, hogy a *Kalandorok* számára a feladatok megoldása nem valami teljesítményhez kötött, hanem pusztán a tevékenység szerez örömöt nekik. Számukra a játékok legfontosabb elemei a kihívások, a felfedezés, a problémák megoldása, a stratégiai-logikai feladatok.

Összességében elmondható, hogy ezen *elméleti modell* alapján *17* olyan sajátos *klaszter* rajzolódik ki, amelybe a játékosok *besorolhatók* a *játékmotivációs énképük* alapján *(25. tábla)*.

Miután felállítottuk a modellt, kezdődhetett el a hipotetikus modell matematikai-statisztikai módszerekkel történő tesztelése, ami már a validálási folyamat második szakaszát jelentette.

25. tábla

Hipotetikus F-modell (2014)

Hipotetikus F-modell (Fromann, 2014)					
	főkomponens neve	személyiség	1. alkomponens neve	2. alkomponens neve	KATEGÓRIÁK tartalma
1	1. ACHIEVEMENT (teljesítés)	Achievers (TELJESÍTŐK)	INDIVIDUAL (önfejlesztés)	IRL önfejlesztők	teljesítmény, siker, készségek, ismeretek elsajátítása
2				VR önfejlesztők	teljesítmény, siker, holmik szerzése, gyűjtögetés
3			SOCIAL (verseny)	Versengők	teljesítmény, siker, hírnév, versengés, harc
4				Pusztítók	teljesítmény, siker, hírnév, versengés, harc, mások legyőzése
5	2. SOCIAL (kapcsolat)	Socializers (TÁRSASÁGIAK)	CONTACT (kommunikáció)	Ismerősökkel kommunikálók	barátokkal, ismerősökkel kapcsolattartás
6				Ismerkedők	új barátok szerzése, ismerkedés
7			GROUP (csapatjáték)	Elköteleződők	közösséghez, csapathoz való tartozás, jobb társasággal, mint egyedül
8				Csoportfejlesztők	csapatmunka, együttműködés
9				Csoportvezetők	mások segítése, hírnév, hatalom
10			DATING (társkeresés)	Alkalmi társkeresők	szexualitás
11				Tartós társakeresők	társkeresés
12	3. VIRTUALITY (virtualitás)	Explorers (FELFEDEZŐK)	CHARACTERS (szerepek)	Karakterfejlesztők	karakter fejlesztése
13				Karekterátélők	szerepek megélése, mások bőrébe bújás
14			WORLD (világ)	Játéktörténet-kedvelők	
15				Játékkörnyezet-kedvelők	grafika, szép környezet, holmik, tárgyak keresése
16				Fantáziálók	fantázia, egy másik világ megélése, elszakadás a hétköznapoktól
17				Kalandorok	kihívások, felfedezés, problémák megoldása, stratégiai-logikai feladatok

3.3.3.3. Az F-modell validálásának második szakasza: 2014–2016.

2014: Exploratív faktoranalízis – Az F-modell tesztelése

A fentiekben bemutatott *elméleti F-modell* lényegileg *3 fő dimenzió, főkomponens* mentén *17 játékoskategóriát, alkomponenst* vázol fel. A modell validálásának *második szakaszában* az alapvető cél az volt, hogy ezt a hipotetikus modellt *feltáró faktorelemzéssel teszteljem,* majd egy *konfirmatív faktoranalizissel véglegesítsem*.

Ennek első lépése az volt, hogy a *2014. évi (4.) JátékosLét kérdőívben* a 17 kategóriához összesen *99 itemet*, kérdést rendeltem, kategóriánként átlagosan 5–6 kérdéssel. A *7 893 játékos* érvényes válasza alapján *faktoranalízis* útján lényeges *redukció* történt a modellben. E szerint – bár maradt továbbra is a három, rendezőelvként működő főkomponens, a valóságban azonban a 17 elméleti kategória (99 item) *8 kategóriára (és 46 itemre)* csökkent *(26. tábla)*.

1. *Csapatjátékos* (9 item)
2. *Harcos* (8 item)
3. *Fantáziáló* (8 item)
4. *Gyűjtögető* (5 item)
5. *Problémamegoldó* (5 item)
6. *Vezető* (5 item)
7. *Társkereső* (4 item)
8. *Kapcsolattartó* (2 item)

26. tábla

F-modell – 2014. évi adatok feltáró faktorelemzése után (2015)

Megmagyarázott teljes variancia-hányad

Faktorok	Kezdeti érték			Faktoranalízis utáni értékek			Rotáció utáni értékek
	Saját érték	Faktor által megmagyarázott varianciahányad %	Összesített varianciahányad %	Saját érték	Faktor által megmagyarázott varianciahányad %	Összesített varianciahányad %	Összesen
1 - CSAPATJÁTÉKOS	2,805	35,069	35,069	2,300	28,755	28,755	1,709
2 - HARCOS	1,259	15,737	50,805	,765	9,568	38,323	1,680
3 - FANTÁZIÁLÓ	1,171	14,637	65,442	,722	9,019	47,342	1,638
4 - GYÜJTÖGETŐ	,905	11,309	76,751				
5 - PROBLÉMAMEGOLDÓ	,564	7,055	83,806				
6 - VEZETŐ	,514	6,424	90,231				
7 - TÁRSKERESŐ	,409	5,111	95,342				
8 - KAPCSOLATTARTÓ	,373	4,658	100,000				

Extraction Method: Maximum Likelihood.

a. When factors are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

	Faktorok		
	1	2	3
1 - CSAPATJÁTÉKOS	,074	,021	,715
2 - HARCOS	,801	,053	-,146
3 - FANTÁZIÁLÓ	,054	,503	,090
4 - GYÜJTÖGETŐ	,025	,707	-,153
5 - PROBLÉMA-MEGOLDÓ	-,077	,687	,135
6 - VEZETŐ	,737	-,019	,140
7 - TÁRSKERESŐ	,305	-,060	,151
8 - KAPCSOLATTARTÓ	-,023	-,009	,759

Extraction Method: Maximum Likelihood.
Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 5 iterations.

2015: Konfirmatív faktoranalízis – Az F-modell véglegesítése

A validálási folyamat utolsó lépése az volt, hogy a 2014. évi felmérésben kirajzolódott 8 kategóriás (46 itemes) modellt leellenőrizzük és finomhangoljuk. A *2015. évi (5.) JátékosLét felmérésben* részt vett *6 840 játékos* érvényes válasza alapján konfirmatív faktoranalízist végeztünk, amelynek főbb lépéseit a 7. számú mellékletben bemutatom. Az eljárás végeredményeképpen létrejött egy *42 itemből álló, hétfaktoros modell*, amely alapján a játékosok a következő motivációs csoportokba sorolhatók.

1. *Csapatjátékos* (10 item)
2. *Harcos* (6 item)
3. *Fantáziáló* (8 item)
4. *Gyűjtögető* (5 item)
5. *Problémamegoldó* (5 item)
6. *Vezető* (4 item)
7. *Társkereső* (4 item)

Összességében elmondható, hogy az *F-modellben* – a játékosok énképe alapján – két fő dimenzió, az (1) *emberközpontúság* és a (2) *világközpontúság,* mentén rendeződve három fő motivációs csoportot különíthetünk el egymástól: a (1) *teljesítés (teljesítők)*, a (2) *kapcsolat (társaságiak)* és a (3) *virtualitás (felfedezők)*. Ezek a fő kategóriák tovább oszthatók *hét „motivációs alkomponensre”*. Ennek megfelelően az *F-modell* játékostipológiája a következő:

I. Emberközpontúak

Az ide sorolható játékosokhoz kapcsolt központi motívumok a másokkal történő kommunikáció, kapcsolatok, az emberekkel, játékosokkal való kapcsolattartás, vagy az egymás közötti versengés, harc. Az emberközpontú dimenzió két fő részből, lehetséges irányból áll: (1) *szociális-kooperatív* és (2) *harcos-kompetitív* kategóriákból, a szerint, hogy mire irányul elsősorban a játékosok a szociális orientációja.

I.1. Versengők

I.1.1. Vezetők.

Az ebbe a csoportba tartozó játékosok számára kiemelten fontos a hírnév és a presztízs elérése és növelése, így a játék során elsősorban arra törekszenek, hogy meghatározó legyen a véleményük, ismertek és elismertek legyenek a játékosok körében.

I.1.2. Harcosok.

Számukra a játék egy nagy harctér, amelyben a fő cél más játékosok legyőzése, adott esetben virtuális megsemmisítése, megölése. Ők azok, akik másokban elsősorban vetélytársat látnak, és folyamatosan azon dolgoznak, hogy mindig jobbak legyenek a többieknél, hogy más játékosok fölé kerekedjenek. Minél több játékost tudnak legyőzni, annál jobb számukra a játék.

I.2. Közösségiek

I.2.1. Csapatjátékosok.

Náluk az elsődleges játszási motívumok a kapcsolatok, barátságok ápolása, a csapatjáték, a másokkal való kommunikáció és az együttműködés. Az ilyen játékosok nagy része az érzelmi, pszichikai biztonságérzet kielégítése, a valahová való tartozás élménye, illetve az altruista igények érvényesítése miatt törekszik erre a közösségi érzésre. Azonban vannak olyanok is, akik színtisztán érdekből, racionális okok miatt részesítik előnyben a csapatmunkát. Ennek klasszikus példája, amikor a játékosok felismerik, hogy eredményesebbek lehetnek, és könnyebben legyőzhetik az akadályokat, ha összefognak, és kooperatívan oldják meg a felmerülő problémákat. A csapatmunkát választó játékosok egyéb öncélú motivációja lehet emellett a vezetői szerepé megszerzésére irányuló törekvés is. Végül vannak olyanok is, akik egyszerűen

csak azért játszanak, mert a játékon keresztül tarthatják a kapcsolatot a barátaikkal, ismerőseikkel.

I.2.2. Társkeresők.

Az ehhez a játékostípushoz tartozók számára legfőképpen azért vonzó egy játék, mert lehet benne ismerkedni, rövid vagy hosszú távú társkapcsolatokat létrehozni. Egy részük elsősorban – a csapatjátékosokhoz hasonlóan – a valakihez való tartozás élményét keresik a játékban, csak ezt nem baráti, hanem társkapcsolati alapon teszik. A komolyabb kapcsolatokra törekvők mellett megjelennek azok is, akik szerint a játékban fontos helye van a könnyű „kalandoknak", flörtöknek és a szexualitásnak is. Ők semmiképpen sem szeretnének elköteleződni, nem szeretnék, hogy tartós kapcsolatok szülessenek az ismerkedés során.

II. Világközpontúak

Az ebbe a csoportba sorolható játékosok számára az elsődleges motívum a virtualitás, az alternatív valóságok, világok és szerepek megélése. Náluk nem számít annyira a teljesítmény, a versengés, a harc és a többi játékossal való kapcsolattartás, hanem inkább egy ismeretlen világ és élmény felfedezése a fontos. Ők a játékvilágot egy óriási kalandnak, izgalmas, felfedezetlen területnek élik meg.

II.1. Felfedezők

II.1.1. Fantáziálók.

Legfontosabb céljuk a különböző képzeletbeli, fantáziavilágokba való belemerülés, a valóságtól különböző, alternatív világok megélése, új, ismeretlen világok felfedezése. Számukra a játék igazi célja, hogy sikerüljön elszakadniuk a hétköznapi gondoktól. Egy részük kifejezetten a jó történetek átéléséért játszik, így maga a cselekmény és a dramaturgia fontosabb számára, mint a játék vizuális környezete, vagy az izgalmas feladatok megoldása. Ők azonban nemcsak a játékvilágokban szeretnek fantáziálni, hanem szívesen próbálnak ki különféle szerepeket, és bújnak különböző karakterek bőrébe. Örömet okoz ugyanis nekik, ha a játékos karaktereit, avatárjait irányíthatják.

II.1.2. Gyűjtögetők.

Ehhez a játékostípushoz tartozók legfontosabb célja, hogy minél több és minél érdekesebb tárgyat, felszerelést gyűjtsenek össze. A gyűjtögetők kifejezetten szeretnek

rejtett vagy nehezen megszerezhető tárgyakat keresni. Bár a teljesítés és az eredményesség kiemelt szempont, de ez náluk elsősorban nem szociális kontextusban nyilvánul meg, hanem a felfedezés és a birtoklás igényének kielégítésén keresztül. Egy részük azonban nemcsak a játékvilágot színesítő tárgyakat kívánja összegyűjteni, hanem a minél több pont megszerzése vagy magasabb szint elérése is cél számukra; sőt, mi több, saját karakterük fejlesztését is fontosnak tartják.

II.1.3. Problémamegoldók.

Ők azok, akik szinte mindenben kihívást látnak, és nagyon szeretik a rejtvényeket. Alapvető igényük, hogy a játékokban legyenek logikai-stratégiai feladatok, kihívások. A problémamegoldók a játékban folyamatosan tesztelik magukat, és olyan akadályokat akarnak legyőzni, olyan problémákat és nehézségeket akarnak megoldani, amelyek számukra igazi kihívást jelentenek.

Az alábbi, *27. tábla* lényegileg mutatja be a fentiekben ismertetett tipológia szerkezetét: a *2 fő dimenziót*, a *3 motivációs főkomponenst* és a hozzájuk tartozó *7 motivációs alkomponenst*, vagyis a 7 játékostípust.

27. tábla

A validált F-modell – konfirmatív faktoranalízis után (2016)

F-MODELL **Önértékelő játékmotiváció-tipológia** *(Fromann 2016)*						
I	Emberközpontú	1	VERSENGŐ	1	VEZETŐ	VALAKIVEL
				2	HARCOS	
		2	KÖZÖSSÉGI	3	CSAPATJÁTÉKOS	
				4	TÁRSKERESŐ	
II	Világközpontú	3	FELFEDEZŐ	5	FANTÁZIÁLÓ	KIPRÓBÁLNI
				6	GYÜJTŐGETŐ	
				7	PROBLÉMAMEGOLDÓ	

Amennyiben a 7 játékostípust megjelenítő alkomponensekhez hozzárendeljük a 42 elemet, az alábbi – 28. táblában látható – módon rajzolódnak ki az F-modell tesztjét jelentő kérdéssor itemei.

28. tábla

Az „ÖJM Teszt” 42 iteme – a 7 játékostípushoz rendelve (2016)

1. CSAPATJÁTÉKOS	
...CSAPATBAN játszom, nem egyedül.	CS1
...CSAPATHOZ tartozni, mert így EREDMÉNYESEBB vagyok.	CS2
...CSAPATHOZ csatlakozzam, mert JÓ érzés MÁSOKKAL lenni.	CS3
...EGYEDÜL játszani.	CS4
...egy KÖZÖSSÉG tagja lehetek.	CS5
...segíthessek CSAPATTÁRSAIMNAK.	CS6
...a KÖZÖS CÉL elérésére törekszem.	CS7
...ha a csapatban mindenki HASZNOS TAG tud lenni.	CS8
...csapaton belül mindig EGYÜTTMŰKÖDŐ vagyok.	CS9
...TARTHASSAM a KAPCSOLATOT a barátaimmal.	CS10
2. HARCOS	
...minél több játékost LEGYŐZNI, annál JOBB számomra a játék.	H1
...sokszor keresem azokat a lehetőségeket, hogy másokkal HARCOLJAK.	H2
...másokat LEGYŐZZEK.	H3
...ne csak legyőzzem, hanem meg is SEMMISÍTSEM az ellenfeleimet.	H4
...MÁSOKBAN általában VETÉLYTÁRSAT látok.	H5
...igyekszem JOBB lenni a többieknél.	H6
3. FANTÁZIÁLÓ	
...egy FANTÁZIAvilágba kerülhessek, ahol egy másik világot élhetek meg.	F1
...átéljem, milyen lehet egy MÁSIK VILÁGBAN élni.	F2
...ÚJ/ismeretlen VILÁGOKAT fedezzek fel.	F3
...ha kiélhetem a saját FANTÁZIÁMAT.	F4
...kipróbálni különféle SZEREPEKET.	F5
...KALANDOKAT éljek meg.	F6
...egy JÓ TÖRTÉNETET átélhetek.	F7
...a játékos KARAKTEREMET/avatáromat irányíthatom.	F8
4. GYÜJTÖGETŐ	
...újabb és újabb TÁRGYAKAT összegyűjteni.	GY1
...minél jobb és érdekesebb felszereléseket, TÁRGYAKAT gyűjtsek.	GY2
...a KARAKTEREMET fejleszthessem.	GY3
...REJTETT vagy nehezen megszerezhető tárgyakat keresni.	GY4
...minél több PONTOT szerezzek, minél magasabb SZINTET érjek el.	GY5
5. PROBLÉMAMEGOLDÓ	
...problémákat MEGOLDANI.	P1
...AKADÁLYOKAT legyőzni.	P2
...újabb és újabb KIHÍVÁSOKAT keresni.	P3
...PRÓBÁRA tehetem magam.	P4
...legyenek LOGIKAI-STRATÉGIAI feladatok, kihívások.	P5
6. VEZETŐ	
...ismert és ELISMERT legyek a játékosok körében.	V1
...HÍRNEVEM legyen.	V2
...VEZETŐ legyek, hogy ezzel HATÉKONYABB legyen a csapat.	V3
...meghatározó legyen a VÉLEMÉNYEM a játékosok körében.	V4
7. TÁRSKERESŐ	
...keresem a lehetőséget ROMANTIKUS együttlétre.	T1
...keresem a lehetőséget a SZEXUÁLIS kalandokra.	T2
...tudjak ismerkedni, PÁRKAPCSOLATOT létesíteni.	T3
...alkalmam van fiúkkal/lányokkal ismerkedni.	T4

2016: Önértékelő játékmotivációs teszt (ÖJMT)

A fentiekben bemutatott végleges modell alapján elkészült az „*önértékelő játékmotivációs teszt*” *kérdéssora* is, a hét motivációs faktort leíró *42 itemmel*, amelyet négy kérdéscsoport mentén ajánlott felosztani (29. *tábla*). A válaszadóknak értékelniük kell az állításokat a szerint, hogy mennyire igazak rájuk. Minden kérdés egy *négyfokú* skálán mér, amelyben az *1-es érték a „nem igaz”*, a *2-es „inkább nem igaz”*, a *3-mas „inkább igaz”* és a *4-es* pedig az *„igaz”* válaszokat jelenti. Semleges középértéket a minimális döntéskényszer biztosítása miatt nem tettem bele opciónak. A teszt alkalmazásakor fontos felhívni a válaszadók figyelmét arra, hogy ezek a kérdések függetlenek attól, hogy ők konkrétan milyen játékkal játszanak, mivel itt a fókusz azon van, hogy általánosságban miért szeretnek játszani, mi érdekli őket egy játékban? Ezek alapján az alábbiakban ismertetem a 7 kategória szerint rendezett elemeket, majd az ezt következő táblában bemutatom a *teszt négy kérdéscsoportját*, a különböző típushoz tartozó itemeket csoportonként vegyesen elhelyezve.

29. tábla

Az „ÖJM Teszt” 42 item – 4 kérdéscsoporthoz rendelve (2016)

	A JÁTÉK SORÁN…	
1	...a KÖZÖS CÉL elérésére törekszem.	CS7
2	...sokszor keresem azokat a lehetőségeket, hogy másokkal HARCOLJAK.	H5
3	...csapaton belül mindig EGYÜTTMŰKÖDŐ vagyok.	CS9
4	...keresem a lehetőséget a SZEXUÁLIS kalandokra.	T2
5	...minél több játékost LEGYŐZNI, annál JOBB számomra a játék.	H1
6	...keresem a lehetőséget ROMANTIKUS együttlétre.	T1
7	...igyekszem JOBB lenni a többieknél.	H6
8	...sokszor keresem azokat a lehetőségeket, hogy másokkal HARCOLJAK.	H2
	A játék során FONTOS NEKEM, hogy…	
9	...KALANDOKAT éljek meg.	F6
10	...VEZETŐ legyek, hogy ezzel HATÉKONYABB legyen a csapat.	V3
11	...a játékos KARAKTEREMET/avatáromat irányíthatom.	F8
12	...ismert és ELISMERT legyek a játékosok körében.	V1
13	...tudjak ismerkedni, PÁRKAPCSOLATOT létesíteni.	T3
14	...ne csak legyőzzem, hanem meg is SEMMISÍTSEM az ellenfeleimet.	H4
15	...CSAPATHOZ csatlakozzam, mert JÓ érzés MÁSOKKAL lenni.	CS3
16	...HÍRNEVEM legyen.	V2
17	...egy FANTÁZIAvilágba kerülhessek, ahol egy másik világot élhetek meg.	F1
18	...meghatározó legyen a VÉLEMÉNYEM a játékosok körében.	V4
19	...minél jobb és érdekesebb felszereléseket, TÁRGYAKAT gyűjtsek.	GY2
20	...TARTHASSAM a KAPCSOLATOT a barátaimmal.	CS10
21	...legyenek LOGIKAI-STRATÉGIAI feladatok, kihívások.	P5
22	...másokat LEGYŐZZEK.	H3
23	...ÚJ/ismeretlen VILÁGOKAT fedezzek fel.	F3
24	...egy KÖZÖSSÉG tagja lehetek.	CS5
25	...minél több PONTOT szerezzek, minél magasabb SZINTET érjek el.	GY5
26	...átéljem, milyen lehet egy MÁSIK VILÁGBAN élni.	F2
27	...segíthessek CSAPATTÁRSAIMNAK.	CS6
28	...a KARAKTEREMET fejleszthessem.	GY3
	A játékban SZERETEM, ha…	
29	...ha kiélhetem a saját FANTÁZIÁMAT.	F4
30	…alkalmam van lányokkal/fiúkkal ismerkedni.	T4
31	...CSAPATBAN játszom, nem egyedül.	CS1
32	...PRÓBÁRA tehetem magam.	P4
33	...egy JÓ TÖRTÉNETET átélhetek.	F7
34	...ha a csapatban mindenki HASZNOS TAG tud lenni.	CS8
	A játékban SZERETEK…	
35	...AKADÁLYOKAT legyőzni.	P2
36	...EGYEDÜL játszani.	CS4
37	...kipróbálni különféle SZEREPEKET.	F5
38	...újabb és újabb TÁRGYAKAT összegyűjteni.	GY1
39	...problémákat MEGOLDANI.	P1
40	...CSAPATHOZ tartozni, mert így EREDMÉNYESEBB vagyok.	CS2
41	...REJTETT vagy nehezen megszerezhető tárgyakat keresni.	GY4
42	...újabb és újabb KIHÍVÁSOKAT keresni.	P3

Összességében elmondható, hogy a 2011–2016 között zajló JátékosLét-kutatás során létrejött *F-modell* szerint *hét olyan sajátos csoport, klaszter* létezik, amelybe a játékosok besorolhatók a *játékmotivációs énképük* alapján. Ennek a modellnek a kiemelt célja, hogy közelebb vigyen a játékosok, ill. a felhasználók pontos csoportosításához, a játékok és a gamification optimális működése céljából.

4. A GAMIFICATION MEGJELENÉSE A TÁRSADALOMBAN

Az információs társadalom új kihívásainak megfelelően meg kell értenünk a játékokon felnövekvő netgeneráció[59] új nyelvezetét, kommunikációs és motivációs struktúráját, és ennek megfelelő módon formálni újra a társadalmi intézmények működési mechanizmusait. Ahogy az előző fejezetben láthattuk, az új generációk révén új motivációs struktúrák jöttek létre, valamint magának az információ befogadásának és közlésének, illetve a figyelemnek a kultúrája is változóban van. Ezen generációk tagjait szinte csak az impulzív, gyors és élményalapú információ érdekli.

Ez a fejezet a disszertáció legfontosabb részét, elsődleges fókuszát jelenti, vagyis a gamification jelentésének és működésének megismerését, valamint alkalmazási területeit. Ennek megfelelően először a játék alapfogalmait és lényegét mutatom be, majd pár példán keresztül megvizsgálom a videojátékok pozitív, kognitív és szociális képességeket fejlesztő hatásait. Ezt követően rátérünk a játékosításra, annak fogalmára és működési mechanizmusára, végül az oktatási és üzleti oldalon található példákon keresztül vizsgáljuk meg a gamifikáció alkalmazási lehetőségeit és hatékonyságát.

4.1. A játékok jelentősége

Az előző fejezetek után elérkeztünk a disszertáció magját alkotó jelentő *játékok* és *játékosítás* világához. A dolgozat egyik kiemelt célja a *gamification* működésének, mechanizmusának és megnyilvánulási formáinak a bemutatása. A játékosítás elemzése előtt természetszerűleg érintenünk kell a gamifikáció alapját jelentő *játékok* fogalmát is. Disszertációmban azonban nem cél a játékok fogalmának és világának részletes ismertetése és körüljárása, a hangsúly ugyanis a gamificationon, a játékos elemek játékon kívüli alkalmazásán van. Ennek megfelelően a játékokról szóló fejezet csak érintőlegesen mutatja be az alapvető megállapításokat a szakterület kiemelkedő tudósainak, kutatóinak a gondolatai alapján. Ezen kívül szó lesz a játékok pozitív hatásairól, valamint kísérletet teszek a játék fogalmának saját meghatározására is, amelynek alapelvei átvezetnek a játékosítás területére.

[59] Őket nevezem *NetCoGame* generációnak (lásd: 2.1.3.2. fejezet).

4.1.1. A játék fogalma

A bevezető, 1.2.1. fejezetben már olvashattuk, hogy *Huizinga* (1944) szerint „*az emberi kultúra a játékban, játékként kezdődik és bontakozik ki*”, amelyet sokan sokféle szempontból támadtak, de abban már egyértelműen konszenzus van, hogy a játékok évezredek óta fontos alkotóelemei az emberi civilizációnak.

A *játék fogalmának* meghatározása mindig is nagy kihívást jelentett, mivel már az is sokféleképpen értelmezhető, hogy egyáltalán mit is értünk a játék fogalma alatt. Ezt jól mutatja, hogy az angol nyelvben két különböző szót („*game*” és „*play*”[60]) is megalkottak a játék szó meghatározására. Nagyon nehéz tehát pontosan definiálni a fogalmát, azonban *Huizinga* (1944: 37) szerint csak akkor beszélhetünk játékról, ha az alábbi feltételek teljesülnek:

- A játék *szabad* cselekvés vagy foglalkozás,
- *önkéntesen* működik,
- előre meghatározott *térben* és *időben* folyik le,
- *szabadon* választott, de kötelező *szabályok* szerint zajlik,
- *célja önmagában* van,
- bizonyos mértékű *feszültség* és *öröm* érzése jellemzi,
- a *közönséges élettől való különbözőség tudata* kíséri.

Huizinga elveiből kiindulva kiindulva, *Roger Caillois* (1961) francia szociológus húsz évvel később, 1958-ban megírta a *Les Jeux et les Hommes* című könyvét, amelyet angol nyelvre *Meyer Barash* fordított le három évvel később. *Caillois* nevéhez fűződik a játékok egyik legáltalánosabb és legismertebb osztályozása. Könyvében arról ír, hogy a játékok az emberi tevékenységnek annyira bonyolult és összetett részét képezik, hogy az osztályozás során nincs másra lehetőség, mint nagyon általános fogalmakkal jelölni a különböző irányultságokat. A szociológus arra is felhívja a figyelmet, hogy ezek a játékkategóriák a valóságban nem fedik le a teljes játékuniverzumot, és sokszor nem vegytisztán jelennek meg, hanem kombinálódhatnak egy-egy játékon belül. *Caillois* (1961) *négy kategóriából* álló rendszere, amelyben különbséget tesz a játékok között, az alábbi:

1. *Agon: versengésre, versenyzésre* épülő játékok, sportok (pl. sakk);

[60] Ennek különbségéről még ebben a fejezetben olvashatunk.

2. *Alea: szerencsén, véletlenen* alapuló játékok, ilyenkor a játékos kockáztat (pl. rulett, lottó);
3. *Mimicry: utánzáson* alapuló játékok, ilyenkor a játékos valaki mást jelenít meg (pl. utánzás, szerepjáték, színház, karnevál);
4. *Ilinx*[61]*:* a *teljes átélésre,* a *bódulatra* és a *szédülésre* épülő játékok (pl. körhinta, hullámvasút, tánc).

A kutató mindegyik kategórián belül egy bizonyos ívet lát a kezdetlegesebb, spontánabb, ösztönszerű játékoktól a rendezettebbekig és szabályozottabbakig. Ezt az ívet az ún. *Paidiától* a *Ludusig* vezető útnak nevezi. *Caillois* (1961) szakmai munkásságának egyik kiemelkedő pontja, hogy ő fogalmazta meg először a *game* és a *play* közötti különbséget, szocioantropológiai álláspontból elkülönítette a játszás két dimenzióját jelentő *ludus* és *paidia* játéktípusokat, az alábbi módon:

- *Paidia (Play*[62]*)***:** a játéknak ezt a fajtáját *szabad játéknak* is nevezhetjük, fő jellemzője a célok és a kötött szabályok lefektetésének hiánya; legfontosabb kulcsszavai pedig a szabadság és a spontaneitás. A *Paidia* a görög *pais* („*gyermek*") szógyökből származik, ami jól jelzi, hogy ez a játékdimenzió a gyermeki léthez kötődő szabad, spontán, improvizatív módon működő, önmagáért való játékot jelenti. Az ilyen játékokban nincsenek komolyabb céljaink, inkább csak a túlterjedő energiánkat vezetjük le. Mindezek alapján itt csak minimális mértékű struktúra és határ köti meg a játékos szabadságát, akinek gyakorlatilag kötetlen mozgástere van, és ezeken a tág határokon belül szinte azt csinál, amit szeretne. *Caillois* szerint a *paidia* fogalom „*az improvizáció és az öröm elsődleges hatalmát*", és a játék mögötti „*elengedhetetlen hajtóerőt*" (Caillois 1961: 27) írja le, majd így összegez: „*A paidia jelen van minden boldog pillanatban, amely közvetlen és rendellenes izgalmat okoz; lobbanékony és könnyű szórakozást jelent, de könnyű túlzásba vinni*" (Caillois 1961: 28).

- *Ludus*[63] *(Game*[64]*):* a játékok másik nagy csoportja az *irányított játékok* világa, amelynek fő jellemzője, hogy *szabályoknak* alávetett, valamilyen *cél* érdekében történő és *számszerűsíthető* kimenettel rendelkezik. A *Ludus* tehát a *Paidiával* szemben egy *szabályokra* épülő *kötöttebb, formálisabb* rendszer, ahol a játékok a

[61] *Ilinx* görögül *örvényt* jelent.
[62] Az angol *play* szó a *Paidia* megfelelője.
[63] A *Ludus* eredeti jelentése: *kellemes foglalatosság, játék*.
[64] Az angol *game* szó a *Ludus* megfelelője.

szabályok által létrehozott *kötött* rendszerek tökéletes *egyensúlyát*, valamint az örömmel és problémamegoldással járó *szabad felfedezést* jelentik. *Caillois* szerint a *Paidia* játékra irányuló nyers impulzusa után általában megjelenik a vágy, hogy szabályokat alkossunk. Ezt nevezte ő „*ludikus hajtóerő*”-nek („*ludic drive*”), amelyek révén olyan konvenciók, módszerek és eszközök jelennek meg, amelyek irányítják és szabályozzák a játékot. A *Ludus (Game)* során a játékosoknak mindig egy előre meghatározott pályán kell végigmenni, ami tele van olyan választási lehetőségekkel, amelyeknek konkrét következményei vannak, és e következményekből születik meg a játék eredménye. A Ludus típusú játék további fontos tényezője, hogy olyan strukturált *konfliktusok* vannak beleépítve, amelyek a játékosokat *versenyzésre* és *problémamegoldásra* ösztönzik.

Caillois (1961) szerint az általa meghatározott négy játékkategórián belül a fentiekben említett *Paidiától* a *Ludusig* vezető út íve az egyes kategóriákon belül így alakul:

1. *Agon:* a szabályokat nélkülöző futástól, vetélkedéstől a sportversenyekig;
2. *Alea:* a fillérezéstől a sorsjátékokig;
3. *Mimicry:* a majmolástól a színművészetig;
4. *Ilinx:* az ördögmalomtól a kötéltáncos produkciójáig.

Ezeket a fogalmakat a szerző egy olyan kétdimenziós táblázatban szemlélteti, amelyben az egyik dimenziót a *Paida és Ludus* csoportjai adják, a másik dimenziót pedig a *Caillois* által meghatározott *hat játékkategória*. A lenti táblázat a különböző játéktípusok főbb jellemzőit és kapcsolódó példáit tartalmazza (30. tábla).

30. tábla

A játékok példával illusztrált alapkategorizálása Caillois szerint

JÁTÉKDIMENZIÓK		JÁTÉKKATEGÓRIÁK *(Caillois 1961)*			
		1. Agon	*2. Alea*	*3. Mimikri*	*4. Ilinx*
	JELLEMZŐK	VERSENGÉS	VÉLETLEN	UTÁNZÁS	SZÉDÜLÉS
1. PAIDIA	IMPULZÍV	*szkander*	*bátorságpróba*	*gyermeki utánzás*	*spontán tánc*
2. LUDUS	STRUKTÚRÁLT	*sportok (pl. futball)*	*rulett*	*színház*	*síelés, keringő*

Forrás: Caillois (1961: 36) alapján szerkesztve

A francia gondolkodó ezen túl kísérletet tett arra is, hogy leírja a játékok azon *ismérveit*, melyek alapján a játékoknak *hat kritériuma* van (Caillois 1961: 9-10). Ezek pedig a következők:

1. *Szabad cselekvés:* játszani nem kötelező; ha megjelenik a kényszer eleme, a játék azonnal elveszíti a vonzó és örömteli mivoltát;
2. *Elkülönülés:* a játéknak idő és tér tekintetében előre meghatározott határt szabnak;
3. *Bizonytalanság:* a játék folyamatát és végkimenetelét nem lehet előre látni;
4. *Improduktív*: a játék nem termel javakat, sem új elemeket, legfeljebb tulajdonátvitel történhet;
5. *Szabályozottság:* a játék hatálytalanítja a mindennapi élet törvényeit, és új szabályokat hoz létre;
6. *Fiktív valóság:* a játék a valós élethez képest egy sajátos, alternatív, irreális tudatot hoz létre.

Avedon és *Sutton-Smith* által 1971-ben megírt, „*The Study of Games*" című kiváló könyvben a játék fogalmi meghatározásában láthatjuk, hogy visszaköszönnek azok az alapelvek, kritériumok, amelyekről *Huizinga* és *Caillois* esetében olvashattunk. *Avedon* és *Sutton-Smith* (1971) szerint játéknak tekinthetjük az olyan strukturált tevékenységeket, melyek többnyire *szórakoztatóak*, *célokat*, *kihívásokat* és *interakciót* tartalmaznak, és egy előre meghatározott *szabályrendszerre* épülnek.

Végül a magam részéről is tettem egy kísérletet, hogy meghatározzam, mit is jelent a játék. Úgy gondolom, hogy *a játék nem más, mint örömszerzés céljából különböző helyzetek és szerepek szabadon történő, szórakoztató felfedezése és kipróbálása, a szabályok korlátai és a véletlen eseményei között*. Ezen definíció alapján véleményem szerint a játéknak *hat* olyan *kritériuma* van, amelyből ha már egy nem teljesül, akkor az adott tevékenység nem számít játéknak.

1) *Az örömszerzés célja* alapvető feltétele a játéknak, e motiváció nélkül az adott tevékenység már nem játék, hanem inkább valamilyen *képességfejlesztési* aktivitás lesz. *Huizinga* (1944) is az egyik legfontosabb ismérvként a játék *öncélúságára* és *szórakoztató* mivoltára hívta fel a figyelmet.
2) A *szabadon*, szabad akaratból, saját döntésből történő játékos tevékenység egy másik alapfeltétele a játéknak, ellenkező esetben ez nem játék, hanem olyan *munka, feladat,*

amely külső nyomásra, a kényszer erejével jön létre. Az *önkéntesség Huizinga* (1944) számára is alapvető feltétele a játéknak. Ez a követelmény a *Caillois*-féle rendszer (1961) első kritériumának számító *szabad cselekvésnek* felel meg.

3) A játéknak *szórakoztatónak* és öncélúnak kell lennie, *Huizinga* (1944) megfogalmazása szerint „*érdeknélkülinek*", vagyis a játék célja és értelme mindig *önmagában* van. A játékos számára az elsődleges motiváció magának a játéknak a vonzó, szórakoztató mivolta, és nem a hozzá köthető esetleges eredményesség játékon kívüli vonzereje.
4) A játék cselekménye és elsődleges funkciója a különböző *helyzetek és szerepek felfedezése* és *kipróbálása*. A játék igazi ereje abban rejlik, hogy az ember egy nem valós, szellemi értelemben vett „virtuális" közegben, következmények nélkül próbálkozhat, kísérletezhet. Az emberi kíváncsiság óriási hajtóerő, amely arra sarkallja az egyént, hogy keresse az újat, fedezze fel az ismeretlent, és játsszon el olyan helyzeteket és szerepeket, amelyeket a való életben nem, vagy csak nehezen tud megvalósítani. Egy játékos számára vonzó lehet az új világok felfedezése, izgalmas történetek átélése, különböző szituációk eljátszása, valamint érdekes szerepek és státuszok kipróbálása. Ez a követelmény a *Caillois*-féle rendszer (1961) hatodik kritériumának számító *fiktív valóságnak* felel meg.
5) Egy játéknak a valós élet szempontjából mindig *következmények nélkülinek* kell lennie. Ez biztosítja ugyanis azt, hogy a játékos valóban ki merjen próbálni különböző helyzeteket, bátran kísérletezzen, és félelem nélkül, felszabadultan merüljön bele az egész játékba. A jó játékok képesek biztosítani a *Flow*-élményt, de ez csak úgy történhet meg, ha az egyén kizárólag a játékra koncentrál, nem törődve azzal, hogy a játékon belüli tevékenységének milyen negatív vagy pozitív folyománya lesz játékon kívül. Ez különösen igaz a negatív, szankcióhoz kötött következményekre, hiszen a félelem és a stressz könnyen fékezheti a játékkedvet. Természetesen egy játéknak mindig van valamilyen kihatása a játékosra: fejleszthet vagy gátolhat bizonyos kognitív, érzelmi vagy szociális kompetenciákat. Egy játékban azonban soha sem lehet elsődleges cél a fejlesztő hatás elérése. Ha mégis ez első számú prioritás a játékos részéről, akkor már nem játszani akar elsősorban, hanem önmagát fejleszteni, amit tökéletesen szolgálhatnak az ún. komoly játékok és a gamifikáció[65]. Ez a követelmény

[65] A játék, a komoly játék és a játékosítás fogalmairól és korlátairól később, a 4.2.1.3.-ben lesz szó.

a *Caillois*-féle rendszer (1961) negyedik kritériumának számító *improduktivitásnak* felel meg.

6) A játékok világának talán legfontosabb szabálya, hogy vannak *szabályai* (Damsa 2014). Hogy milyen jelentős tényezője ez a játéknak, jól jelzi, hogy a köznyelvben is szinte egymás szinonimaként használjuk a „*szabályok*" és „*játékszabályok*" kifejezéseket. A játék jelentősége abban rejlik, hogy miként tudunk a lehető legnagyobb mértékben vagy legizgalmasabb módon a meglévő keretek, korlátok, szabályok közt érvényesülni, és kipróbálni lehetséges megoldásokat, „kijátszani" a helyzeteket. A játék pont ettől válik izgalmassá, hogy kísérletezhetünk a megadott keretek között. Ha nincsenek szabályok, nincsenek kihívások és megoldandó feladatok sem. *Huizinga* (1944) keményen fogalmaz, amikor azt állítja, hogy a szabályokkal szemben szkepticizmusnak helye nincs, szabályok nélkül nincs játék, illetve annak áthágásával összedől a játékvilág, és vége a játéknak. Ez a követelmény a *Caillois*-féle rendszer (1961) ötödik kritériumának számító *bizonytalanságnak* felel meg.

Minden játék legismeretlenebb és talán legérdekesebb eleme a *véletlen* és a *szerencse* tényezője, amelyet nem soroltam a kritériumok közé, azonban jelentős szerepet töltenek be a játékok világában. Ez a követelmény megfelel a *Caillois*-féle rendszer (1961) harmadik kritériumának számító *szabályozottságnak*. A véletlen faktor legfontosabb szerepe, hogy képes kiegyenlíteni a játékosok képességei közötti különbségeket, így nagyobb játékkedvvel kapcsolódhat be az a személy, aki egyébként úgy érzi, hogy nem sok értelme van játszani, mert nem jók az esélyei. A véletlen szórakoztató is tud lenni azáltal, hogy egyik játékos sem tudja, hogy mi fog következni a véletlen faktort manifesztáló esemény után.

4.1.2. A videojátékok pozitív hatásainak a kutatása

A játékok világába történő gyors betekintést követően most haladjunk tovább a játékosítás felé vezető úton, és egy pillanatra álljunk meg a játékok okozta különböző hatások népszerű kérdéskörénél. A játékok tudatos és tudományos felfedezését jól jelzi, hogy az utóbbi *évtizedben* egyre többen foglalkoznak a *videojátékok* egyéni és szociális *hatásaival*, amely már a tudományos világ érdeklődését is felkeltette. Az is látható, hogy a *játékkutatók* a *multidimenzionális* megközelítést kezdik előnyben részesíteni, így kiemelt figyelmet kap a játékosok *személyiségének* és *szocioökonomiai* státuszának vizsgálata is.

Az *első* időszakban a játékkutatók szinte kizárólag a *játékok negatív*, patológiás hatásait vizsgálták, különösen a *káros, függőséget* okozó következményeket (Gentile, 2009), a játék által kiváltott *agresszivitást* (Bushman & Anderson, 2007), az agresszióval szembeni *deszenzitiváló* hatást (Carnagey et al., 2007) és a *figyelmi zavarok* felerősödését (Swing et al., 2010).

Az elmúlt pár évben azonban a kutatás középpontja elmozdult a *játékos közösségek* objektív tanulmányozása és a *játékok pozitív hatásainak* felmérése irányába, amelyet csak tovább erősített a *gamifikáció* témájának és az iránta való igénynek a megjelenése és elterjedése. Ma már egyre több kutató hívja fel a figyelmet az online játékok *kognitív* és *szociális kompetenciákra* gyakorolt fejlesztő hatásaira, de a kinetikus videojátékok egészségügyi és rehabilitációs céllal történő felhasználása és kutatása is egyre gyakoribb (Sáringerné, Jeager és Pólya 2012). Ehhez az irányvonalhoz kapcsolódva szeretném leszögezni, hogy mivel jelen disszertációm a játékok értékeinek bemutatásáról és felhasználásáról szól, így ebben a fejezetben a játékok pozitív hatásaira koncentrálva törekszem a gamifikáció jelentőségére irányítani a figyelmet. Az alábbiakban bemutatott konkrét példák, kutatások és kísérletek csupán kis töredékét jelentik a videojátékok fejlesztő mivoltát igazoló egyre népszerűbb kutatásoknak.

Ezeket a kutatásokat a legtöbb esetben kétféle módszerrel végzik: vagy *kérdőíves* adatfelvétel történik, vagy *kísérleti* vizsgálatokon keresztül mérnek egy mesterségesen szimulált környezetben. A kísérleteket általában összehasonlításos alapon végzik el, miközben a játékosok és a nem játékosok agyi aktivitásáról készítenek felvételeket.

Első lépésként a kognitív képességekre gyakorolt pozitív hatásokat szeretném pár példával demonstrálni. Számos kutatás bizonyítja ugyanis, hogy a videojátékok javítják a *szem-kéz koordinációt*, a *megfigyelőképességet* és a *koncentrációt*, a *figyelmet*, továbbá segítik a *gyors döntéshozatali képességet*, valamint jó hatással vannak a *figyelemre* és az *emlékezetre* is.

A számítógépes játékok *látásjavító* hatása több kutatásban is tetten érhető. *Matthew és társai* (2009), az amerikai *Rochester Egyetem* kutatói igazolták, hogy a *lövöldözős akciójátékok* javíthatják a *látást*, az éles*látást* és a *perifériás látást* egyaránt. *Li és társai* (2009) pedig javuló *vizuális kontrasztérzékelést*[66] mértek. Ebben a kutatásban a kísérleti csoporttagok *50 órányi videojátéka* után kimutatható volt, hogy a játék fejlesztette a *kontrasztészlelés érzékenységét* a kontrollcsoport tagjaival szemben. Ezen kívül a

66 Ez a szürke közeli árnyalatainak megkülönböztetését jelenti.

videojátékok kedvező hatását még a *tompalátást* jelentő *amblyopia*[67] kezelésében is tetten érték (Li et al. (2011). A kutatók a kísérletbe bevonták az érintett betegeket, akik csak a tompalátó szemüket használva videojátékozhattak, miközben a működő szemüket letakarták. A többi, ugyanezzel a rendellenességgel együtt élő kísérleti alany működőképes szemét is letakarták, csak ők nem játszottak, hanem valamilyen más tevékenységeket végeztek. A kísérlet végén az az eredmény született, hogy a videojátékkal játszó betegek olyan mértékben fejlődtek, hogy gyakran elérték a normális vagy a majdnem normális működést jelentő „*sztereo látást*[68]", miközben a más tevékenységet végzők esetén nem volt megfigyelhető fejlődés.

Volt olyan kutatás is, ahol a kezdő *sebészek videojátékokkal* játszottak, és ezt követően – a videojátékkal nem játszó kontrollcsoport tagjaihoz képest – egyértelműen *javult* a *teljesítményük* a *laparoszkópiás* beavatkozásoknál. (Schlickum et al., 2009)

Green és Bavelier (2003) kutatásában kapcsolatot fedeztek fel az akciójátékok és számos vizuális, illetve figyelmi készség fejlődése között. Az akciójátékok tehát vélhetően módosítják a vizuális szelektív figyelmet. Kísérletükben a *térérzékelés* javulását igazolták azoknál az alanyoknál, akik valamilyen akció videojátékkal játszottak. Ők a nem játszókkal szemben jobban teljesítettek azon a – járművezetési képességmérő – teszten, ahol a feladat a céltárgy gyors megtalálása volt egy zavaró tényezőkkel teli mezőben (Green & Bavelier 2012).

Egy másik kutatás a *dyslexia* eredményes kezelését igazolta a videojátékok segítségével. Az ebben a kísérletben részt vevő dyslexiás gyerekek eredményei javulni kezdtek a játék hatására, és már 12 órányi videojáték is képes volt javítani az olvasás és hangtan teszteken (Franceschini et al. 2013). A javulás mértéke legalább akkora volt vagy még nagyobb, mint az erre a célra összeállított tréningprogram általi javulás.

A *demenciák megelőzésének* gyógyszeres és egyéb lehetőségeit vizsgáló magyar kutatók (Csukly et al, 2014: 123-124) felhívják a figyelmet arra, hogy a *számítógépes játékok* képesek hozzájárulni az olyan *kognitív* képességek fejlődéséhez, mint pl. a *memória*. Ennek demonstrálására *Anguera és mtsai* (2013) kísérletét mutatják be, melyben az idős személyeket egy speciálisan a célra kifejlesztett 3D-s játékkal tréningeztettek. A kísérleti résztvevőknek egyszerre kellett két egymástól különböző feladatot (szimulált autóvezetést és egy figyelmi

[67] Ez egy olyan kora gyerekkorban kialakuló rendellenesség, amelyben az egyik szem gyakorlatilag működésképtelenné válik.
[68] A sztereólátás annak a képessége, hogy az egyén mindkét szemből érkező információ alapján mélységet is képes látni.

feladatot) teljesíteniük, amely során kiderült, hogy az ilyen, „*multitasking*” típusú tevékenységek jobban fejlesztik a kognitív képességeket, mint a különálló feladatok.

További kutatások arról számolnak be, hogy a *játékok* képesek *speciális tudást* és *készségeket* nyújtani a felhasználóknak (Murphy et al 2002), illetve a *sokszereplős online szerepjátékok* (*MMORPG*-k) által javulhatnak az *iskolai* készségeik, *matematikai* képességeik is (de Souza et al 2010). *Schrader és McCreery* (2008) is hasonló megállapításra jutott a *World of Warcaft* játékosait vizsgáló kutatásukban, melyben arra jöttek rá, hogy a játék során olyan speciális tanulási folyamatok mennek végbe, amelyek hozzájárulnak a felhasználók sikeres teljesítményéhez. A kutatásba bevont játékosoknál ugyanis kimutatható volt a *problémamegoldás*, az *információ kiszűrése*, a *kommunikáció* és a *csapatban* dolgozás.

Ducheneaut és Moore (2005) kutatása igazolta, hogy a virtuális világban történő interakciók *pozitív* hatással lehetnek a játékosok *szociális* készségeire is. Ezek a kutatók a virtuális világba helyezkedve három hónapon keresztül figyelték a játékosok viselkedését és interakcióit, majd az adatok kvalitatív kielemzése után megerősítésre került a hipotézisük, mely szerint az online *játékok* fejleszthetik a *szociális* kompetenciákat. Hasonló következtetésre jutott *Greitemeyer & Osswald* (2010) is, akik a videojátékok proszociális viselkedésre, empátiára és segítőkészségre gyakorolt pozitív hatásait mutatták ki. Érdekesség, hogy az *ESA*[69] 2014. évi felmérése[70] alapján a *szülők 56%-a* gondolja úgy, hogy a *játékok pozitív* hatással vannak a gyerekek fejlődésére.

Összességében azt mondhatjuk, hogy a videojáték hatásának kutatása igen összetett dolog, annak kimenete számos tényezőtől függ (Prot et al., 2014). Azonban a fenti példákból jól láthattuk, hogy ezen kutatások eredményei jellemzően azt mutatják, hogy a kísérleti személyek közül a játékos alanyok teljesítenek jobban, bármelyik tesztről vagy kísérletről is van szó. A legjobb bizonyíték arra, hogy a videojátékok lehetnek az okai a kísérletekből fakadó pozitív eredményeknek, azok a szituációk, amelyekben eleinte egyik résztvevő sem volt játékos, csak később, a kutatásban megfogalmazott kérés alapján kezdett el egy adott videojátékon néhány napon keresztül játszani. Ezekben a kísérletekben megfigyelhető volt, hogy a videojátékkal játszó alanyok néhány alap perceptuális és kognitív képességben fejlődnek, míg a kontrollcsoport tagjainál ez nem látszódott.

[69] *Entertainment Software Association*, az amerikai Szórakoztatóipari Szövetség, tagjai pl.: Disney Interactive Studios, Microsoft, Sega, Sony Computer Entertaiment
[70] http://www.isfe.eu/sites/isfe.eu/files/attachments/esa_ef_2010.pdf (letöltve: 2016.01.31.)

4.2. A gamification kezdete, fogalma és alapjai

Ahogy a disszertáció első, 1.1.1. fejezetében már olvashattuk, a *gamification* kifejezés közismertté válása, valamint a játékosított megoldások és rendszerek elterjedésének nyitánya a *2011*-es évhez köthető. A nemzetközi szinten meghatározó piackutató és elemző cégek rögtön felfigyeltek a jelenségre, és egymás után adták ki nyilatkozataikat és prognózisaikat a gamifikáció jelentőségével és jövőjével kapcsolatban. Ennek illusztrálásaként pár példán keresztül arra kívánok rávilágítani, hogy a gamification szinte hónapok alatt olyan nemzetközi szinten is jegyzett jelenség és trend lett, amelyet ma már egyszerűen nem lehet figyelmen kívül hagyni. Az alábbiakban bemutatott becslések, előrejelzések kijelentések és adatok pontossága, hitelessége és ellenőrzése jelen dolgozatban nem képezi elemzés tárgyát, mindezeket csupán demonstrációs céllal mutatom be, a játékosítás gazdasági és társadalmi jelentőségének megerősítése érdekében.

A piackutató és tanácsadó *Gartner Group* még *2011*-ben prognosztizálta[71], hogy *2015*-re a világ *legnagyobb cégeinek 70%-a* valamilyen formában fog *gamifikációt* alkalmazni. Ezen kívül a kisebb vállalatok és az állami szférához tartozó intézmények körében is egyre jobban elterjed a gamification módszerének bevezetése és használata. *2012*-ben a *Deloitte* tanácsadó cég is a *TOP 10 technológiai trend* közé sorolta a gamifikációt[72], és kijelentette, hogy a *komoly játékok* és a *játékos mechanizmusok* egyre inkább beépülnek az üzleti folyamatokba, különösen a céges motivációt, elköteleződést és tanulást támogatva. (Anderson &Rainie 2012a)

A piac- és trendkutató cégek közeljövőre vonatkozó prognózisai szerint a *gamification piaca 2013 és 2018* között óriási *növekedést* fog produkálni. Az *M2 Research* kutatásai is a játékosítás trendjének erősödését igazolták. 2012-es előrejelzése[73] szerint a gamifikáció piaci értéke *2016*-ra eléri a *2,8 milliárd* dollárt. Jelenleg teljesen objektív tényadatunk nincs arra vonatkozóan, hogy mekkora valójában a gamifikáció piaca, csupán a *Markets & Markets* becslésére tudunk támaszkodni, amely alapján azt mondhatjuk, hogy *2015*-ben a *gamification* piaci értéke *1,65 milliárd* dollár[74] volt. Ugyanebben a jelentésben szerepel *Markets & Markets*

[71] http://www.gartner.com/newsroom/id/1844115 (letöltve: 2016.01.31.)
[72] http://www2.deloitte.com/ie/en/pages/about-deloitte/articles/top-10-trends-to-help-elevate-information-technology-for-digital-business.html (letöltve: 2016.01.31.)
[73] http://gamingbusinessreview.com/wp-content/uploads/2012/05/Gamification-in-2012-M2R3.pdf (letöltve: 2016.01.31.)
[74] http://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/gamification-market-991.html (letöltve: 2016.01.31.)

azon előrejelzése is, mely szerint *2020*-ra *11,1 milliárd* dollárra fog nőni a gamificationt használó alkalmazások piaca.

4.2.1. A gamification kezdete és fogalma

4.2.1.1. A gamification kezdete és előzményei

A *gamification*[75] fogalomköre viszonylag új, magát a szót egy brit játékfejlesztő, *Nick Pelling* használta először *2002*-ben, aki a kifejezés alatt az elektronikus eszközök játékszerű felületekkel való felgyorsítását és élvezhetőbbé tételét értette *Pelling* (2011). *Pelling* a gyakorlatban is ezen dolgozott, mivel tanácsadói munkát végzett a játékszerű interfészek elektronikus eszközökre való tervezése terén.

Habár a gamification kifejezés 2002-ben született meg, igazán csak *2010*-ben vált széles körben ismertté és elfogadottá *Jesse Schell*[76] és *Jane McGonigal*[77] híres előadásai nyomán (Werbach, 2014). Az *első gamification* témájú *konferenciát 2011.* februárjában rendezték San Franciscóban[78] *(Game Developer's Conference*, 2011*)*, nemzetközi szintre 2013 októberében emelkedett (*Enterprise Gamification, 2013*). Ezeknek a konferenciáknak az alapvető célja az volt, hogy az addig még ismeretlen trend prominens képviselőit és szószólóit egymással megismertessék, és közös erővel elérjék azt, hogy a gamification ügye és jelentősége beépüljön a köztudatba.

A játékosítás azonban *nem számít új jelenségnek*, hiszen a módszereit évtizedekkel a gamification 2002-es megjelenése előtt is alkalmazták, és léteztek már korábban is játékosított megoldások (Kapp 2012, Zichermann & Linder 2013). A vállalatok részéről sem volt idegen a játékszerű gondolkodás alkalmazása, így már az *1970-es évek elejéről* is láthattunk példát anélkül, hogy maga a gamification fogalma létezett volna. Ebből az időszakból érdemes kiemelni *Charles Coonradt* nevét, akit sokan neveznek a *gamification atyjának*. *Coonradt 1973*-ban megalapította a „*The Game of Work*" nevű tanácsadóirodát, amely az amerikai cégek produktivitásának növelését tűzte ki céljául. Több mint tízévnyi tapasztalat után *Coonradt* megírta a cégével azonos elnevezésű, „*The Game of Work*" című könyvét, melyben az üzleti életben történő játékosítás alapszabályait fektette le (Coonradt & Nelson, 1985). A XX. századot megelőző időszakra tekintve elmondhatjuk, hogy az üzleti szférában már az

[75] Ennek legelterjedtebb magyar megfelelője a „*játékosítás*" szó.
[76] https://www.youtube.com/watch?v=nG_PbHVW5cQ (letöltve: 2016.01.31.)
[77] https://www.ted.com/talks/jane_mcgonigal_gaming_can_make_a_better_world? (letöltve: 2016.01.31.)
[78] http://www.gdconf.com/ (letöltve: 2016.01.31.)

1800-as évek végén regisztráltak olyan *akciókat*, melyek *jutalmazások* révén próbálták a *márkahűséget* és a fogyasztói *lojalitást* biztosítani (Burke, 2010).

A régmúltban az *üzleti életen kívül* is számos területen tetten érhetőek a játékosítás elemei; gondoljunk például a *katonaságban* alkalmazott jelvényekre és a hierarchikus szintrendszerekre, de a *cserkészek* életében is már régóta jelen vannak különböző feladatkonstruktumok és jelvények (Werbach & Hunter, 2012).

4.2.1.2. A gamification fogalom értelmezései

A gamification kifejezésnek a 2002-es megszületése óta olyan nagy mennyiségű és sokféle értelmezése van, hogy ennek teljes körű áttekintése és feldolgozása szinte lehetetlen és talán értelmetlen vállalkozás lenne.

Marczewski fogalomértelmezési kísérlete

Az egyik legkiválóbb gamifikációs szakértő, *Andrzej Marczewski 2014* áprilisában kísérletet tett arra, hogy összegyűjtsön 30 közismert definíciót, amelyeket szisztematikusan – kvantitatív és kvalitatív módszerekkel egyaránt – rendezve, érdekes eredményeket és összefüggéseket tárt fel (Marczewski 2014). *Marczewski* a vizsgált definíciók leggyakoribb alapfogalmaiból készített egy összefoglaló táblát (31. tábla), amelyben jól látszódik, hogy a legnépszerűbb fogalom az „*elkötelezettség”* (38%), ezt követően az „*emberek*” (28%), a „*fun*”/szórakozás (25%), és a negyedik helyen a „*motiváció”* (22%).

31. tábla

A gamifikációs definíciók leggyakoribb alapfogalmai (%-osan)

GAMIFIKÁCIÓS ALAPFOGALMAK	
FOGALMAK	**előfordulás gyakorisága (%-ban)**
Elkötelezettség	*38%*
Emberek	*28%*
"Fun" (szórakozás)	*25%*
Motiváció	*22%*
Játék	*16%*
Problémamegoldás	*16%*
Viselkedés	*16%*
Célok	*16%*

Forrás: Marczewski (2014)

Marczewski részletesebb bontásban is vizsgálta a *30 definíciót* leíró szavakat, amelyekből végül egy *szófelhőt* készített. A három leggyakoribb szó a „*játék*", az „*elköteleződés*" és a „*nem-játékos kontextus*" volt (20. ábra). Dolgozatomban– a formai elvárásoknak megfelelően – mindvégig szem előtt tartom azt a szempontot, hogy a szemléltető ábrák és táblák tartalma magyar nyelvű legyen, de ezúttal kivételt szeretnék tenni, és a *Marczewski-féle szófelhőt az eredeti, angol szavakkal* szeretném bemutatni.

20. ábra

Marczewski (2014) szófelhője a gamifikációs definíciók szavaiból

Forrás: Marczewski (2014)

Ahogy fentebb említettem, a nagyszámú gamifikációs definíció teljes körű bemutatása nem célja jelen dolgozatnak, ellenben fontosnak tartom, hogy néhány olyan jelentősebb megfogalmazást ismertessek, amelyek meghatározóak a szakirodalomban.

Deterding általános definíciója

A gamifikáció ikonikus alakja, *Sebastian Deterding* és az általa vezetett csoport célul tűzte ki, hogy a különböző gamification-fogalmakat rendszerbe foglalja, és egy általános definíciót hozzon létre (Deterding et al 2011c: 1). A gamification fogalmát 2011-ben sikerült meghatározniuk, mely máig a legelterjedtebb és legelfogadottabb definíciónak számít. „*A gamification a játéktervezés elemeinek alkalmazása játékon kívüli kontextusban.*" (Detering et al 2011a: 2.) A felhasználók tehát nem játékként tekintenek a tevékenységre, és nem feltétlenül érzik úgy, hogy egy játék résztvevői (Werbach &Hunter 2012).

Werbach és Hunter definíciója

Werbach és Hunter Deterdingékhez nagyon hasonlóan fogalmaznak,, csak minimálisan különbözik a két meghatározás. *Werbachék* definíciója így szól: „*A gamification a játékelemek és játéktervezési módszerek alkalmazása játékon kívüli környezetben*" (Werbach & Hunter 2012: 26). Ez a megfogalmazás leválasztja a játékelemeket a játéktervezési technikáktól, és nagy hangsúlyt fektet a játéktervezői gondolkodásra *(game thinking)*. Ez azt jelenti, hogy a játéktervezőnek figyelnie kell a játékosok megfelelő motiválására is, méghozzá a következő három játékosítási területre bontva. A gamification egyik területe a (1) *belső játékosítás („internal gamification")*, amikor egy szervezet belső életét, működését, folyamatait segíti a gamifikáció; a másik terület a (2) dolgozóit megcélzó; *külső játékosítás („external gamification")*, vagyis az ügyfelekre, fogyasztókra, irányuló gamifikáció. Ezen kívül még (3) *viselkedésmódosító játékosításról* is beszélhetünk, amikor nem üzleti alapon, hanem elsősorban a társadalmi felelősségvállalás (CSR) jegyében játékosítunk, így pl. segítünk az egészségesebb életmód kialakításában.

Kapp definíciója

Karl M. Kapp a gamification, a játékalapú módszerek és stratégiák alkalmazását elsősorban a *képzés* és az *oktatás* területén vizsgálja. A szerző szerint a játékok és játékos technikák oktatásba történő bevonása biztosan megváltoztatja a *tanulási attitűdöket*, és

lényegesen fokozza a *tanulási kedvet*. A játékosítás fogalmát Karl így definiálja: *„a gamification játékalapú működési elvek, játékesztétika és játéktervezői gondolkodás használata emberek lekötésére, cselekvésre sarkallására, tanulásának elősegítésére és problémák megoldására”* (Kapp 2012: 10). *Kapp* meggyőzően érvel, hogy a gamification nem csupán a pontok, szintek és jelvények világáról, valamint a mesterséges jutalmakról és ösztönzőkről szól. Egy jó gamifikációban elsősorban a játékok olyan „*intrinzik motivációs*” elemeit kell mozgósítani, mint a kíváncsiság, a hibázás engedése, a másokhoz való tartozás, elköteleződés élménye, a kerettörténet biztosítása vagy döntési kompetenciák lehetősége. *Kapp* szerint meg kell találni az *egyensúlyt* a különböző játékelemek között, hogy azok valóban képesek legyenek biztosítani a tanulók eredményességét. A *sikeres gamifikáció* növeli mind a *motivációt*, és hozzájárulhat a *teljesítmény* növekedéséhez, hiszen a motiváció felerősödésével a tanulói viselkedés is megváltozik, így végső soron maga a tanulás is. A gamification tehát egy mélyebb folyamatot indít meg azzal, hogy alapjaiban rendezi át tanulási környezetet, amelynek a tervezését újra kell gondolni. Véleménye szerint az *oktatással* foglalkozó szakemberek már *régóta* jól ismerik a *gamification* működését, így akár tudósok, tanárok, vállalati trénerek, oktatási szakértők is át tudják alakítani és sikeressé tudják tenni a tanulási folyamatokat a gamifikáció eszköztárával. *Kapp* gyakran hangsúlyozza, hogy a *sikeres* tanulmányi eredmények kulcsa a *megfelelő* és *alaposan átgondolt tervezés*.

Zichermann és Linder definíciója

Gabe Zichermann és *Joselin Linder* a játékosítás fogalmát elsősorban *munkahelyi, üzleti* és *marketing*célok vonatkozásában értelmezi, és kiemeli az *elköteleződés* kérdését, mind alkalmazotti, mind vásárlói oldalról. A szerzőpáros ugyanis abból a problémából indul ki, hogy a *munkavállalók* és a *vevők* esetében egyaránt megfigyelhető a *cégekhez, termékekhez* kapcsolódó *lojalitás* és *hűség csökkenésének* trendje. Úgy látják, hogy a *gamification* ezt a globálisan romló folyamatot tudja érdemben *kimozdítani*. *Zichermannék* definíciója szerint „*a gamifikáció az a folyamat, amelyben a közönség elköteleződik a hűségprogramok, a játéktervezés és a viselkedési közgazdaságtan legjobb eszközeinek felhasználása révén.*” (Zichermann & Linder 2013: 14).

Huotari és Hamari definíciója

Huotari & Hamari (2012) a *szolgáltatásmarketing* elméletébe ágyazzák a gamification témakörét, amelyet egy olyan folyamatnak tartanak, amely már egy meglévő alapszolgáltatást

egészít ki játékos élményekkel az értékteremtés növelése céljából. A finn oktatók *szakítanak a gamification korábbi definícióinak szisztematikus felfogásával*, mivel véleményük szerint a játékosítás értékét kizárólag a fogyasztó szubjektív játékélménye határozza meg. A játékosítás tehát a szolgáltatások és a termékfejlesztés további lépése azzal a céllal, hogy *a felhasználói élmény javításán keresztül* megkönnyítse és támogassa a szolgáltatások és termékek értékteremtését.

Gartner (Burke) új definíciója

Végül nem lehet figyelmen kívül hagyni a *Gartner* piackutató és elemző cég szakértőjének, *Brian Burke*-nek nagy port kavaró, vitatott kijelentését, mely szerint a *gamification* csak *digitális eszközökkel* valósítható meg (Burke 2014). A Gartner ezzel *2014* áprilisában újradefiniálta a gamification fogalmát, amely így szól: „*A gamification az emberek – játékmechanizmusok és játékélmény digitális eszközeivel történő – motivációja és elkötelezettségének kialakítása, céljaik eléréséhez.*”. *Burke* ezzel lényegében a *digitális világra* szűkíti a *játékosítást*, annak ellenére, hogy az offline térben is találhatunk bőven példát a játékosításra. Ezt azzal indokolja, hogy a *gamifikáció* alapvetően *digitális trendként* terjedt el, és a mai világban az elköteleződés kialakításában az olyan *digitális eszközök* játszanak szerepet, mint a számítógépek, okostelefonok és egyéb hordozható okoseszközök. További fontos megállapítás, hogy az extrinzik motivációra épülő játékmechanizmusok mellett kiemeli az intrinzik motivációt biztosító *játékélményt* is. Az új definíció szerint három célja van a gamifikációnak: a (1) *viselkedésváltozásra*, a (2) *készségfejlesztésre* és az (3) *innovációs törekvésekre* való ösztönzés.

Definíciós összegzés

A leírtak fényében a magam részéről így definiálom a játékosítást: „*A gamification a játékélményhez szükséges játékelemek, játékmechanizmusok és játékdinamikák alkalmazását jelenti az élet – játékon kívüli – területein azzal a céllal, hogy az adott folyamatokat érdekesebbé és hatékonyabbá tegye*”. *Burke* (2012) megfogalmazásában is jól látszódott, hogy a gamifikáció kifejezést sokan a digitális eszközökkel végzett játékosítás vonatkozásában használják, miközben számos offline környezetben megvalósuló gamifikáció is létezik. Gondoljunk többek között a szerepjátékok eszköztárával történő játékosításra. A játékok társadalmi jelentőségével, alapvető szellemiségével, univerzális jellegével, vagyis a *Homo Ludens* gondolatkörével *összeegyeztethetetlennek* tartom a *játékosítás digitális* platformra

történő korlátozását. Továbbá fontosnak gondolom az intrinzik motivációkra épülő *játékélményt* is kiemelni az általam javasolt definícióban, hiszen a gamifikáció első pár évében az esetek döntő többségében gyakorlatilag olyan *kompetitív versenyhelyzetre* épülő „*PBL*[79]" jellegű rendszerek jöttek létre, amelyek ugyancsak könnyen szembekerülhetnek a huizingai alapelvekkel, a játékok eredeti céljával.

4.2.1.3. A játék és a játékosítás határvonalai

A gamification fogalmának körülhatárolása után elérkeztünk ahhoz a ponthoz, hogy behatároljuk, mi a *játék („game" és „play"), a komoly játék („serious game")* és a *játékosítás* („*gameful design*" vagy „*gamification*") közötti különbség, milyen logika mentén húzzuk meg a fogalmi határokat. A pontos helyzet feltárásához *Deterding* és kutatótársai (2011b) elkészítettek egy olyan *kétdimenziós* modellt, amelyben jól látható, hogy hol helyezkedik el a *gamification* (*21. ábra*). A modell elemzése előtt érdemes röviden összefoglalni az érintett fogalmakat.

Játék („*game*") és játékosítás („*gamification*")

Első lépésként a *játék* és a *játékosítás* közötti határvonalat vizsgáljuk meg. Az első és talán a leglényegesebb különbség, hogy míg a játékok mindig öncélúak és kizárólag a szórakoztatásra és a játékélményre fókuszálnak, a *gamification* ezzel szemben minden esetben valamilyen *játékon kívüli, hasznossági* céllal rendelkezik. A másik nagy eltérés a két fogalom között, hogy a *játékosítás* – a játékkal szemben – minden esetben *játékon kívüli kontextusban* zajlik, így sosem új játékot hoz létre vagy egészít ki, hanem a játékon kívüli területeken, már működő rendszereket és folyamatokat támogat és optimalizál. A gamification számára a szórakoztatás tehát nem cél, hanem egy fontos motivációs eszköz. Ennek megfelelően egy jó gamifikációs fejlesztés során a munkavállaló a munkáját sosem érzi megterhelőnek, stresszesnek vagy unalmasnak, hanem olyan szórakoztató örömforrásnak, hogy közben továbbra is dolgozik, csak már játékos módszerekkel. Egy gamifikált rendszerben ugyanúgy megmarad az adott rendszer működésének eredeti célja, így a munkában ugyanúgy el kell végezni a feladatokat, a tanulásban pedig megtanulni a megkövetelt tananyagot. Nagyon fontos tehát leszögezni, hogy a gamification nem azt jelenti, hogy játék lesz a munkahelyen vagy a tanórán. A folyamatok nem alakulnak át játékká, a gamifikáció nem változtatja meg az adott tevékenységeket, csupán – a játék elemeinek implementálásával – játékos élményt

[79] PBL: „*Points, Badges, and Leaderboards*", magyarul: „*pontok, jelvények és ranglisták*".

kapcsol hozzá, így a munkavégzés és a tanulás folyamatait élménydúsabbá teszi (Werbach & Hunter 2012).

A játék és a játékosítás közötti határ a gyakorlatban azonban soha sem ilyen éles, mivel a játékosított rendszerek is hathatnak játékként, és a játékokat is alkalmazhatjuk gamifikált elemként.

Komoly játékok („*serious games*”) és játékosítás („*gamification*”)

A gamification fogalmi behatárolásának második lépéseként most azt nézzük meg, hogy mit jelentenek az ún. „*komoly játékok*” (*serious games*), és azok miben különböznek a *játéktól* és a *játékosítástól*. Az előzőekben már leszögeztük, hogy a *gamifikáció nem* jelent *játékot*, hanem csak a különböző játékelemek felhasználását egy adott rendszerben, folyamatban. Ezzel szemben a „*komoly játékok*” *(serious games*[80]*)* esetében olyan *komplett játékokról* beszélhetünk, amelyek *nem szórakoztatási* céllal készültek (Deterding et al. 2011b: 11). Ez céges környezetben azt jelenti, hogy a komoly játékok szimulációs játékként a dolgozók releváns *kompetenciáinak fejlesztését* célozzák, azonban a „*dolgozó játékos*” a játék ideje alatt *nem a munkáját* jelentő konkrét feladatait végzi. A „*komoly játékok*” célja tehát az *oktatás* és a *képzés*, a *gamification* fő funkciója ezzel szemben az *elkötelezés* és *motiválás* (Kapp 2012). Ennek megfelelően az *oktatási* céllal létrehozott *szimulációk nem* sorolhatóak a *játékosítás* fogalomkörébe, de az olyan marketingcélú társasjátékok sem, mint például a *McDonald's Monopolyja* (Werbach 2014). *Alvarez* et al. (2011) szerint a *komoly játékok* céljaik mentén hat fő csoportba sorolhatók: *oktatási* játékok (*edugames*), *promóciós* játékok (*advergames*), *hírjátékok* (*newsgames*), *aktivista, társadalmi* célú játékok (*activism* games), *képzési* és *szimulációs* játékok, (*training & simulation* games) és *oktatási marketingjátékok* (*edumarket* games). Ezen kívül sokféle osztályozás létezik még, amelyben megtalálhatók többek között az *egészségügyi* játékok (*health games*) és a *művészeti* játékok (*art games*) is. *Deterding* (2011b: 14) szerint a *gamification* és a *komoly játék* közötti különbség meghatározása szubjektív és kontextusfüggő.

Deterding-modell

A fejezet elején említettem, hogy *Deterding* et al. (2011b) kidolgoztak egy olyan modellt, mely a fentiekben bemutatott fogalmi elhatárolásokat egy *kétdimenziós* rendszerbe

[80] A „*game*” („*játék*”) szóból ered a „*seroius games*” kifejezés is, amelyben a „*serious*” (magyarul: „*komoly*”) abban különbözik a játéktól, hogy *nem szórakoztatási* céllal jött létre.

helyezi (*21. ábra*). A középpontban a *gamification* elhatárolása van, a (komoly) *játékokkal* és a *játékos rendszerekkel* szemben.

Ahogy az ábrán is láthatjuk, *négy fogalom* összehasonlítása történik a 4.1.1. fejezetben ismertetett *Game (Ludus)* és *Play (Paidia),* valamint a *rész* és *egész* dimenziókban.

(1) *Játékszerek* (*Toys*): ide soroljuk azokat a hétköznapi értelemben vett játékokat, amelyeknek nincsenek kötött szabályai, puszta szórakozásból jönnek létre, mint például a búgócsiga;
(2) *Komoly játékok* (*Serious games*);
(3) *Játékos rendszerek* (*Playful design*);
(4) *Játékosított rendszerek* (*Gameful design, gamification*[81]).

A négy kategóriából kettőt, a *komoly játékok* és a *játékosított rendszerek* világát az előzőekben már megvizsgáltuk. A *játékszerekhez (*angolul: *„Toys”)* soroljuk azokat a hétköznapi értelemben vett játékokat, amelyeknek nincsenek kötött szabályai, puszta szórakozásból jönnek létre (pl. a búgócsiga). A *játékos rendszerek* (angolul: *„Playful design”*) esetében bár játékosabbá tesszük a folyamatokat, de hiányoznak belőlük a strukturált célok és szabályok. A négy kategória között vékony határ húzódik, mégis fontos azokat elkülöníteni. (Deterding 2011).

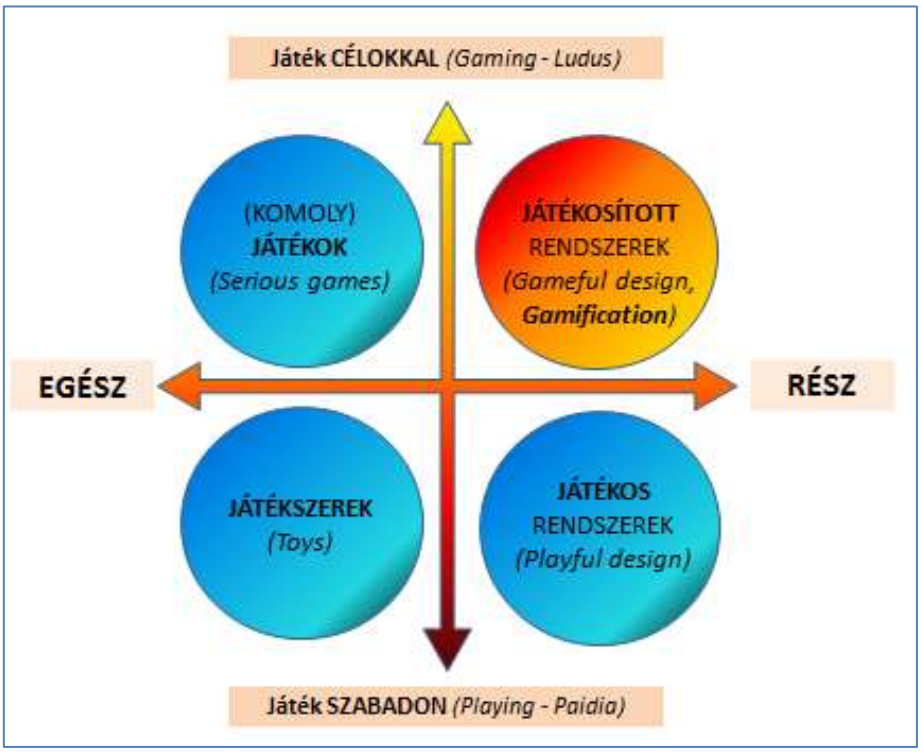
Az egyik dimenzióban a rendezőelv a játékok *strukturáltsága* és *szabályozottsága* a *Game (Ludus)* és *Play (Paidia)* egymással ellentétes pólusai mentén. Az előbbi esetben („*Gaming*”) mindig *szabályozott, strukturált célrendszerről* beszélhetünk, ahova a (komoly) *játékok* és a *játékosított rendszerek* sorolhatók. Az utóbbinál („*Playing*”) ezzel ellentétben pedig mindenféle kötöttség nélkül, szabadon játszhatunk. Ide tartoznak a *játékszerek* és a *játékos rendszerek.*

A másik dimenzió a *rész-egész* viszonylatába helyezi a négy kategóriát, ami azt jelenti, hogy a játékok vagy önmaguk *teljességében* használandók, vagy csak bizonyos *játékelemek* átvételéről van szó. Az előbbi esetben („*egész*”) megmarad a játék teljes struktúrája és alapfunkciója, ami a *játékszerek* és a *komoly játékok* esetében jó látható. Az utóbbinál („*részek*”) a játékok eszköztárából csak bizonyos *részeket, elemeket* helyezünk át egy *játékon kívüli* környezetbe. Ide tartoznak a *játékos* és *játékosított rendszerek,* vagyis a *gamification* is.

[81] A *játékosított rendszerek* kategóriába tartozó „*gameful design”* és a „*gamification”* között annyi a különbség, hogy a *gameful design* nem tartalmazza a gamifikációban meglévő játékos elemeket, itt kizárólag a *játékos élmény* a cél, különösebb strukturáltság nélkül.

21. ábra

A gamification a Game és Play, valamint a rész-egész dimenziókban



Forrás: Deterding (2011: 13) alapján szerkesztve

A fejezetben tárgyalt játékokkal kapcsolatos különböző kategóriák szerepét a magam részéről a következőképpen foglalnám össze (32. tábla).

A (1) *játékszerek („toys”)* funkciója öncélú, nem igényelnek hozzáadott értékű, pozitív hatásokat a játékon kívüli területeken; céljuk csupán a kötöttség nélküli, szabad *szórakozás*. *A* (2) *játékok* („*games*”) funkciója a *játékszerekkel* megegyező, annyi különbséggel, hogy itt kötött szabályok alapján történik a játék. Ezzel szemben a (3) *komoly játékok* („*serious games*”) elsősorban a *játékon kívül* szeretnének *eredményeket* elérni; céljuk a *tanulás*, a *képzés* és a különböző *készségek, kompetenciák* fejlesztése. A (4) *játékosítás* („*gamification*”) célja is – a komoly játékokhoz hasonlóan – *túlmutat önmagán*, itt nem a képességfejlesztés és a tanulás van fókuszban, hanem a felhasználó *motivációjának* biztosítása egy játékon kívüli tevékenységre, valamint egy szervezethez való *elkötelezettség* kialakítása.

32. tábla
A játékokkal kapcsolatos kategóriák céljai és funkciói

JÁTÉKKATEGÓRIÁK	JÁTÉKFUNKCIÓK		
	angol megfelelője	CÉL, FUNKCIÓ	MÓD
1. JÁTÉKSZEREK	*Toys*	**SZÓRAKOZÁS, JÁTÉK**	Szabad játék
2. JÁTÉKOK	*Games*	**SZÓRAKOZÁS, JÁTÉK**	Kötött játék
3. KOMOLY JÁTÉKOK	*Serious Games*	**KÉPZÉS, TANULÁS, KÉSZSÉGFEJLESZTÉS**	Játszva tanulás/dolgozás
4. JÁTÉKOSÍTÁS	*Gamification*	**MOTIVÁCIÓ, ELKÖTELEZETTSÉG**	Játékos tanulás/munka

4.2.2. Gamification működése és hatásmechanizmusai

A *gamification* logikája és módszertana gyakorlatilag a *játéktervezés* („*game design*”) eszköztárából építkezik, a *pszichológia* tudományterületére és a *rendszerelméletére* támaszkodva.

A játékosított rendszerek struktúráját a *játékkutatásból vett modell* segítségével (Hunicke 2011) *három fő szintre* oszthatjuk fel. Ezek a szintek egyaránt tartalmazzák az adott rendszer *érzelmi* komponenseit, *viselkedésbeli* felépítését, valamint az interfész kialakításához szükséges *elemek* és *szabályok összességét*. Lebontva ezeket a tényezőket, megfogalmazhatjuk a játékosított rendszer *esztétikáját*, *dinamikáját*, valamint *mechanikáját* (Zichermann & Cunningham 2011).

1. *Mechanika („Mechanism”).* A mechanika tartalmazza azokat az elemeket, amelyekből a játék felépül. A dinamika esetében meghatározott cselekvések megjelenési formáját támogatják, így például ha a gyűjtögetésre (mint viselkedésre) szeretnénk lehetőséget adni, akkor be kell vezetnünk olyan játékelemeket, amelyek erre alkalmasak. Ilyenek lehetnek például a pontok, a különböző jelvények, vagy a játék során fellelhető egyéb tárgyak. Ezeken kívül ehhez a szinthez tartoznak a játék szabályai is, melyek keretet szabnak az elemek és a lehetséges viselkedési sémák interakciójának.

2. *Dinamika („Dinamism”).* A dinamika képviseli a felhasználó által elvégzett cselekvési formák összességét. Például, ha a rendszer egyik fő esztétikai eleme a társas aktivitásokra épít, akkor lehetőséget kell biztosítani olyan cselekvési mintázatokra, melyek erre lehetőséget adnak – ilyen például a csoportmunka, a csapatok kialakítása, vagy a kommunikációs csatornák integrálása.

3. *Esztétika („Aestetics”).* A játékkutatásban az esztétikai tényezők foglalják össze a játék során megjelenő érzelmeket. A játékosított rendszer esztétikai elemét az az élményvilág képviseli, melyet a rendszer a felhasználóban kivált. Ez csoportosulhat a felfedezés megtapasztalása, a társas aktivitások, vagy a teljesítés dimenziója köré.

A felvázolt struktúra egyaránt lehetővé teszi a meglévő játékok vagy játékosított rendszerek analizálását, valamint a játékosítás tervezési folyamatának menedzselését. A gamifikáció alapegységeinek számító játékmechanizmusok pontos meghatározása lényeges kérdés, amelyre már számos szakember fogalmazott meg különböző elméleteket és hozott létre értelmező műszavakat (Rab 2013). Fontos szem előtt tartani azt, hogy egy jól megkonstruált gamifikációs program egyaránt kihat a felhasználó érzésvilágára, cselekvéseire, valamint motivációs erőinek fokozására. A *gamifikáció* lényegi működésének alapját a *játékok komponensei* (a játékok *elemei*, *mechanizmusa* és *dinamikája)* alkotják, amelyek egymásra épülve és egymást támogatva hozzák létre a teljes játékot és a játékosított eszközt (Werbach & Hunter, 2012). A gamifikáció elsajátításának egyik elemi feltétele a játékok alapstruktúráját képező *játékmechanika* és *játékdinamika* működésének megismerése és alkalmazása. A játékosítás megértését célzó elméletek közül a gamification-alkalmazások úttörőjének és a mai napig piacvezetőnek számító *Bunchball* kutatói által kidolgozott modellen (Bunchball 2010) keresztül fogom bemutatni a gamifikáció működési elvét.

4.2.2.1. Játékmechanika („*Game Mechanics*”)

A játékmechanika alatt a *játék* folyamatához kapcsolódó *cselekvések* és *viselkedésmintázatok befolyásolását* célzó tényezőket értjük (Bunchball 2010). A játékmechanikát úgy kell elképzelni, mint a játék *szerszámosládáját*, ahol egy művet különböző játékelemekkel tudunk felépíteni. A *játékmechanizmus* tehát azokra a *játékelemekre* épít, amelyek nélkül a játék nem létezik, és amelyek már a *felhasználói interaktivitásnak* egy magasabb szintjét képviselik. A legfontosabb elemek, amelyekből felépíthető egy jó játék: a *kihívások*, *esélyek*, *hírnév*, *csapatok*, *időbeli korlát*, folyamatos *visszacsatolás*, *pontszámok*, *jelvények*, szintek, *ranglisták*, *díjak*, *versenyek*, stb. A játékosítás során a különböző játékelemeket úgy kombinálják, hogy azok előre jelezzék a felhasználók számára a cél elérésének a módját. A *Bunchball*

rendszerében (Bunchball 2010[82]) a játékmechanikához kapcsolódó változókat – funkciójuktól függően – az alábbi hat fő kategóriába sorolhatjuk be:

1. **Pontok** („*Points*”)

A gamification elengedhetetlen kelléke a *pontrendszer*, amelynek alapvető funkciója a felhasználó aktuális *teljesítményéről* való folyamatos *visszajelzés*, *fejlődésének* állandó *nyomon követése*. Egy jól felépített pontrendszer *motiválja* a felhasználókat, hogy lelkesedésük kitartson a következő *szint* vagy valamilyen *jutalom* eléréséig. Az emberek ugyanis szeretik érezni, hogy *fejlődnek*, *elérnek*, *nyernek* valamit, és hogy teljesítményüket *értékelik*, jutalmazzák. A pontok *többféle célt* szolgálhatnak, s ennek megfelelően a gamification a következő *5 ponttípust* különbözteti meg: (1) *tapasztalati* pontok, amelyek aktivitásért járnak, és folyamatosan gyűlnek; (2) *beváltható* pontok, virtuális valutaként, fizetőeszközként szolgálhatnak; (3) *szakértelem* pontok; (4) *karma* pontok, amelyek továbbajándékozhatók; és végül (5) *elismertségi* pontok, amelyek a felhasználók hírnevét igazolják.

2. **Szintek** („*Levels*”)

A játékmechanizmusok ösztönzőrendszerének egyik jelentős komponensét a különböző *nehézségi fokozatokat* jelképező *szintek* jelentik. A pontszámokhoz hasonlóan a szintek célja is az, hogy tudatosítsák a felhasználóban az *előrehaladás* folyamatát, valamint *visszajelzést* adjanak arról, hogy éppen hol tart a folyamatban és az adott hierarchiában. Ahhoz viszont, hogy magasabb fokozatú szintre lépjünk, pontok kellenek, tehát a szintlépés előfeltétele, hogy legyenek pontok, fordítva ez nem feltétlenül szükséges. A kitűzőkhöz, jelvényekhez („*Badges*”) hasonlóan a szinteknél is lehet *vizualizálni* a fejlődési utat, hogy egyértelműen láthatóvá váljon, hogy a felhasználó milyen *mérföldköveket* és *eredményeket* ért el. Mivel a szintek legtöbb esetben valamilyen *titulushoz* vannak kötve, így a szintlépéssel *tiszteletet* és *státuszt* lehet elérni egy közösségben. A felhasználó motivációjának fenntartása szempontjából fontos, hogy a szintek mindig *logikusak*, *érthetőek*, *bővíthetők* és *rugalmasak* legyenek, így ha szükséges, akár hozzá is lehessen nyúlni a rendszerhez. A kezdeti *alapszintet* mindig úgy kell beállítani, hogy az *nagyon könnyen* teljesíthető legyen, különben a felhasználó hamar abbahagyhatja a játékot. Az egyes szintek nehézségének nem kell feltétlenül egyenletesen növekednie, de arra mindig ügyelni kell, hogy egy adott szint

[82] Bunchball.com (2010). Gamification 101: An introduction to the Use of Game Dynamics to Influence Behavior. http://www.bunchball.com/sites/default/files/downloads/gamification101.pdf (letöltve: 2016.01.31.)

nehézsége az előzőhöz képest soha ne legyen teljesíthetetlen. A sorozatos kudarcélmény hatására ugyanis sokan elvesztik lelkesedésüket, demotiválttá válnak, így előbb-utóbb kieshetnek a játékból.

3. **Kihívások és küldetések** („*Challenges and Quests*")

A *kihívások* és *küldetések* a felhasználók elé táruló *problémahelyzeteket* jelentik, amelyek megmutatják, hogy mi az előttük álló *cél* és *feladat*, hogy az adott helyzetben *mit* is *kellene tenniük* a játékban. A résztvevők ezen problémák megoldásával és az aktuális akadályok legyőzésével kapják meg azokat pontokat, jelvényeket vagy más jutalmakat, amivel szinteket is tudnak lépni. Az eddigi kutatások is megerősítették azt a tapasztalatot, hogy a *specifikusan* megfogalmazott, *mérsékelten nehéz* és *rövidtávú célok* ösztönzőleg hatnak a személyekre (Bandura 1986). Az akadályok és a problémák jellegével kapcsolatos elvárások azonban *személyfüggők*, így egy részük pl. mindig új kihívásokra vágyik, miközben mások ezzel éles ellentétben ugyanazt az akadályt szeretnék minél többször legyőzni. Az sem mindegy, hogy a résztvevők mennyire előnyben részesítik a kollaboratív, közös munkát egy feladat megoldása során. Míg a szociális érzékenységű felhasználók főleg a *kooperatív* kihívásokat, feladatokat kedvelik, a *kompetitív* beállítottságúak szívesen versenyeznek másokkal.

4. **Virtuális javak/vagyon** (*„Virtual goods”/„space”*)

A problémamegoldás során sikeresen teljesített feladatok elvégzéséért a felhasználó *jutalmul* nemcsak a meglévő pontszámait gyarapíthatja, hanem *virtuális, játékon belüli javait* és *vagyonát* is. Bár a virtuális javak funkciója megegyezik a pontok és szintek rendeltetésével, de annyival mindenképpen többet nyújtanak, hogy a résztvevő a különböző *díjak, javak* segítségével *egyedivé, másoktól megkülönböztethetővé* válik. Az egyediség figyelembe vétele azért is fontos, mert *Zichermannék* szerint ez képes aktiválni a felhasználó intrinzik céljait, vágyait. „*A jól gamifikált rendszer célja olyan jutalmak készletét nyújtani, amely mozgósítja a felhasználó belső vágyait, miközben ahol helyénvaló, külső ösztönzőkre és nyomásra is támaszkodik*” (Zichermann & Linder 2013: 41). Ezek a virtuális javak igen változatosak, a jelentéktelen tárgyaktól kezdve a komoly státuszszimbólum értékkel bíró rangjelzésekig (Sheldon 2011).

5. **Ranglisták** („*Leaderboards*”)

Hatásos és lényeges játékelem a *ranglista* is, mely a *szociális összehasonlítás* elemi igényét elégíti ki, és lehetőséget ad a résztvevők *eredményeinek egymáshoz* való viszonyítására és mérlegelésére. A ranglista gyakorlatilag egy olyan *eredményjelző tábla*, amely a játékosokat *csökkenő sorrendbe* rendezi el az általuk elért *pontszámok, szintek* vagy *kitűzők* alapján. Fontos, hogy a játékos mindig lássa, *milyen helyet* foglal el az adott környezetben *másokhoz* képest. Ez alapvetően jelentős *motiváló* erőként funkcionál, hiszen az emberben meglévő egészséges kompetíciót erősíti, ugyanakkor erős *demotiváló* hatású is lehet, ha a felhasználó úgy érzi, nincs esélye előrébb jutni a ranglistán. A játékosított megoldások könnyen kudarcot vallhatnak, ha csak a legjobb játékosokat tüntetjük fel a ranglistán, és azok számára, akik nem rendelkeznek kiemelkedő eredménnyel, vagy csak nemrég csatlakoztak a játékhoz, kifejezetten zavaró és demotiváló lehet a ranglisták felállítása. Ezt a feszült helyzetet tovább fokozhatja, ha a teljes listát egyetlen személy vagy egy szűk csoport uralja. Erre a problémára már számos megoldást kidolgoztak, amelyek közül a legnépszerűbbek az ún. „*nem-csökkenő ranglisták*”. Ennek lényege, hogy – a „*végtelen ranglistával*” szemben – a játékost a *rangsor közepére* helyezik el, így alatta és felette is vannak emberek. Mivel a játékos látja az őt követőket, és azt is, hogy az előtte álló játékosok hány pontszámmal előzik meg őt, így pontosan fogja tudni, hogy mennyi pontot kell szereznie ahhoz, hogy előrébb kerüljön a listán. Ettől kezdve már nem feltétlenül az a fontos, hogy az

adott felhasználó hol helyezkedik a teljes rangsorban. A tapasztalatok szerint a *napi* vagy *heti ranglisták* is nagyobb ösztönző erővel rendelkeznek, mint a végtelen ranglisták, hiszen lényegesen nagyobb az esély a fejlődésre, a ranglistán való haladásra. Ezen belül érdemes a kisebb és elérhetőbb célokat kitűző „*nap legjobbjai*" típusú ranglistát alkalmazni, amelynél a felhasználók úgy érezhetik, hogy végre van esélyük az előrehaladásra. Ezen túl vannak más megoldások is, mint pl. a ranglisták *lokális* szűrése, egy adott *földrajzi* régióra vetítve, vagy akár *életkor* vagy *nem* dimenziók alapján történően. Minél *több kategóriát* hozunk létre, annál jobban tudjuk biztosítani *mindenki számára* a *sikerélmény* átélését. Ezek a „*nem-csökkenő ranglisták*" tehát lényegesen *szociálisabbak* és *reálisabbak*, ezáltal jelentősen segítik benntartani a felhasználókat a játékban.

6. **Ajándékok** („*Gifts and charity*")

A játékmechanika hatodik és egyben utolsó meghatározó komponense az *ajándékok* és az *ajándékozási lehetőségek*, amelyek a *virtuális javakhoz* hasonlíthatók. Van azonban egy lényeges különbség, mégpedig az, hogy miután a személy elnyerte az ajándékokat, utána azok *más felhasználók* részére *átruházhatók, elajándékozhatók*. A játékosok közötti jutalmazás ezen altruista típusú formája jó lehetőséget ad *kapcsolatépítésre*, meglévő kapcsolatok *megszilárdítására*, *szövetségek* kialakítására, valamint a *csapatmunka* és a *csoportkohézió* erősítésére.

4.2.2.2. Játékdinamika („*Game Dynamics*")

A játékmechanika bemutatása után a következőkben a *játékdinamika* különböző aspektusait vizsgáljuk meg, amelyek bár kevésbé szembetűnőek, mégis jelentősen meghatározzák a felhasználók játékélményének a minőségét (Werbach & Hunter 2012). A *játékdinamika* akkor jelenik meg, amikor a *játékosok* kapcsolatba kerülnek a *játékmechanikai elemekkel*, amelyek a különböző alapvető *emberi igényekre* és *vágyakra* hatnak. Ezek az emberi vágyak olyan univerzális szükségletek, amelyek nemtől, kortól, kultúrától, demográfiától függetlenek. Az alábbiakban ismertetett – *Bunchball* rendszere szerinti (Bunchball 2010) – játékdinamikai elemek ezen elemi szükségletek egy vagy több aspektusára épülnek.

1. **Jutalmazás** („*Reward*")

A gamification alapvető fontosságú központi komponense a *jutalmazás*, amely lényeges szerepet tölt be azáltal, hogy a felhasználónak minden esetben *megerősítő visszajelzést* ad a pozitív teljesítésről, amely a legtöbb esetben *örömérzetet* vált ki a játékosban. Ez a visszajelzés történhet a játékmechanika komponenseit jelentő *pontokkal, szintlépésekkel, virtuális javakkal* és *elnyerhető ajándékokkal* (Olson 2010). Ezek a jutalmak szinte minden esetben virtuálisak, és csak igen ritka esetben találkozhatunk valós pénzbeli juttatással. Ennek a pszichológiai hátteréről már beszéltünk az *extrinzik* és *intrinzik* motiváció különbségét bemutató 3.2.1. fejezetnél. A játékbeli teljesítésért járó valós, pénzbeli jutalmat kerülni kell, mert az végső soron negatívan befolyásolja a felhasználói viselkedést, mivel a játékos belső motivációját egy idő után felváltja a játékélményt háttérbe szorító haszonelvű gondolkodás.

2. Státusz („*Status*”)

Az egyik legerősebb ösztönző faktor a *státusz*, mivel az emberek általában az életben is törekszenek valamilyen magasabb státusz elérésére, az *elismerés*, a *tisztelet*, a *hírnév* és az *egyediség* érzésére. Ez az alapvető igény a *játékok világában* is meghatározó tényező, hiszen ugyanolyan fontos egy játékos számára is az *elismertség* érzése és kivívása az adott virtuális közösségben. A státusz további értéke, hogy a felhasználóról a rendszerben elfoglalt pozíciója alapján jelentős információt képes nyújtani. A játékosítási folyamatban is nagyon fontos annak a biztosítása, hogy a felhasználók által elért eredmények valamilyen módon státuszba forduljanak át.

3. Teljesítés („*Achievement*”)

Az emberek általában szeretnek különböző szintű *problémákat megoldani* és *feladatokat* teljesíteni. Sokan vannak olyanok, akik kifejezetten arra törekszenek, hogy hosszan tartó és komoly *erőfeszítések* árán érjenek el valamilyen *célt*, és *nyerjenek*. Fontos ugyanis, hogy ezek a célok igazi *kihívást* jelentsenek a felhasználók számára, de arra is figyelni kell, hogy a célok *reálisan* elérhetők legyenek. Ha a feladatok jól vannak felépítve, akkor azok *teljesítése önmagukban* is *jutalmazó* jelleggel bír, de az elégedettség és örömérzet tovább fokozható, ha a teljesítést *társas* kontextusba helyezzük, és megfelelő módon *jutalmazzuk*. Ebben a folyamatban rendkívül fontos szerepet tölt be a felhasználó felé történő *visszajelzés*, amelynek mindig *azonnalinak* és *reálisnak* kell lennie.

4. Önkifejezés („*Self-expression*”)

Az önkifejezés egy olyan elemi emberi szükséglet, amely jelentős motívumként jelenik meg a játékok világában is. Ez biztosítja a felhasználó számára az autonómia, az egyediség, a saját stílus és az identitás érzésének átélését, amely manifesztálódhat pl. egy tetszőlegesen létrehozott és alakítható karakter formájában. Az önkifejezésünk azonban nem csak az avatár képében vagy az általunk irányított virtuális személy kinézetében nyilvánulhat meg, hanem a felhasználó által összegyűjtött virtuális javak, készségek, képességek illetve státuszszimbólumok jellegében (Beza 2011).

5. Versengés („*Competition*”)

A játékosok számára nagyon *erős motivációt* jelent a *verseny*, amelyre – a teljesítmény játékdinamikai faktorhoz hasonlóan – gyakorlatilag *minden játékmechanikai* elem *hatással* van. Általában *magasabb* szintű *teljesítményt* lehet elérni, ha egy *kompetitív* környezetben történik a feladat végrehajtása, mivel a társas összehasonlítás magasabb teljesítményre sarkall. A játékmechanikai elemek közül legjobban a szociális *ranglista* képes pozitívan ösztönözni a felhasználókat a *versenyre* és a *teljesítményük fokozására*.

6. **Altruizmus** („*Altruism*”)

Az *altruizmus* is egy *erős motivációs* tényező azon *közösségek* tagjainál, ahol a játékosok egymás között a *jó kapcsolat* ápolására törekszenek, illetőleg valamilyen *csapatmunkát* igénylő feladatok megoldása vagy más *közös cél* érdekében össze kell tartaniuk. Erre jó példát jelentenek az MMORPG klánjai, ahol a csapattagok érdek nélkül is segítik egymást. Ennek az egyik jellemző megnyilvánulása az *ajándékozás*, vagy az egyéni céloknak a csoport érdeke alá rendelése.

4.2.2.3. A játékmechanika és a játékdinamika kapcsolata

Ahogy azt már a fejezet elején említettem, a fentiekben részletesen bemutatott *játékmechanikai* és *játékdinamikai* elemek szorosan *összefüggnek* egymással. Ezeknek az elemeknek az egymás közti viszonyait illusztrálja mátrixszerűen a *21. ábra*, ahol jól láthatóak a két aspektus kapcsolódási pontjai. A *Bunchball-modell* szerint a hatféle játékmechanizmust feleltették meg a szintén hat kategóriából álló játékdinamikai elemeknek. A *zöld körök* azokat az *emberi vágyakat* jelölik, amelyeket az adott *játékmechanikai elemek* elsődlegesen *kielégítenek,* a *kék körök* pedig azokat a területeket jelölik, amelyeknél még kimutatható hatás. Így a (1) *pontok* a *jutalmazás* eszközei, a (2) *szintek* az aktuális *státuszunkat* jelképezik, a (3) *kihívások* a *teljesítmény* iránti vágyunkat célozzák, a (4) *virtuális javak* az *önkifejezésünkben* segítenek, a (5) *ranglisták* a *versengési* ösztönünket szolgálják, végül az (6) *ajándékok* az *altruista* mivoltunk elengedhetetlen kellékei.

22. ábra

A játékmechanikai és játékdinamikai elemek összefüggését ábrázoló mátrix

	Emberi vágyak- Játékdinamika					
Játékmechanika	Jutalmazás	Státusz	Teljesítmény	Önkifejezés	Versengés	Altruizmus
Pontok	●	●	●		●	●
Szintek		●	●		●	
Kihívások	●	●	●	●	●	●
Virtuális javak	●	●	●	●	●	
Ranglisták		●	●		●	●
Ajándékok és jótékonyság		●	●		●	●

Forrás: Bunchball 2010: 9

4.2.2.4. A gamifikáció immerzív, pszichológiai ereje

Sokszor tapasztaljuk, hogy a videojátékok káros hatásairól beszélők arról panaszkodnak, hogy „*a gyermek egész nap nem csinál semmit, nem tanul, hanyagolja a kötelességeit, de közben egész nap játszik*”. Sőt, az ilyen kritikusok azokról a játékosokról is előszeretettel beszélnek, akik még az alvásidejüket is feláldozzák a játék oltárán. Azonban itt, ezen a ponton megállnak, és nem gondolják tovább ennek a jelenségnek a mély üzenetértékét. Ez azért probléma, mert így éppen a lényegi felismerés katartikus pontja előtt torpannak meg, és nem látnak meg egy roppant fontos dolgot. Igazából csak annyit kellene tenni, hogy megnézzük a mélyen meghúzódó, mögöttes okokat, hogy valójában miért nem tanul a gyerek, vagy miért nem dolgozik rendesen a felnőtt. Végül ezt követően jöhet a legfontosabb kérdés: valójában mit is tud nyújtani a játék, hogy ilyen vonzereje van? Hogyan képes a játékos mindent feladni ezért a látszólag jelentéktelen tevékenységért? Mitől tud valaki hosszú órákat eltöltve, nagy lelkesedéssel játszani? Ha ezekre a kérdésekre megtaláljuk a válaszokat, és annak mechanizmusát pontosan megismerjük, akkor a felfedezett „sikerreceptet” átültethetjük az élet minden területére, különösen az oktatás és a munka világára, módszertani eszközeire.

A gamifikáció témáját kutatva az alábbi lehetséges válaszok fogalmazódtak meg a fenti kérdésre. Véleményem szerint a videojátékok immerzív hatásának okát vizsgálva az alábbi három jelentős tényezőről beszélhetünk (Fromann 2012: 17-18):

1. *„Optimális terhelés”* esetén a játék okozta *kihívások, feladatok* tökéletes egyensúlyban vannak a játékos *képességeivel*, kompetenciáival és a játék adta eszköztárral, mozgástérrel. Könnyen unalmassá válhat az adott tevékenység, ha abban nincs kellő kihívás, ha pedig túl nehéz, akkor szorongást kelthet az egyénben. A két szélsőérték közötti „*optimális terhelés*” elérése esetén gyakorlatilag *Flow-hatásról* beszélhetünk, melynek során az adott tevékenység tökéletes „*áramlatélményt*” nyújt az egyén számára, amely a játék örömén túl sikerélményeket is ad.

2. *„Ideális beszintezésről”* beszélhetünk, amikor a játékban a *célok* struktúrája ideálisan megalkotott konstrukció, az alábbi két fő szempont szerint:
    - Nagyon fontos, hogy minden játéknak legyen egy elérendő, végső *Nagy Célja*, amelyet a játékos mindvégig szem előtt tart, és hajtja a nehézségeken át. Mindig kell lennie egy *Nagy Történetnek*, amelyben az egyén úgy érzi, hogy végre részese valami nagyobb dolognak, ami értelmet ad minden játékban véghezvitt cselekedetének.
    - A *Nagy Cél* mellett a profi játékfejlesztők figyelnek arra is, hogy a játékos – a végső cél túlságosan távoli, sokszor elérhetetlennek tűnő mivolta miatt – ne hagyja abba a játékot. Nagyon fontos szempont tehát, hogy a játék céljai beláthatóak, szabályai világosak legyenek. Ennek érdekében a játékok készítői ezt az eleinte elérhetetlennek tűnő, távlati *Nagy Célt* felosztják *kisebb, hamarabb elérhető célokra,* egységekre, és ezekre építik a lehető legtöbb visszacsatolást, jutalmazó mechanizmust. Ezeket nevezzük *szinteknek*. Minél több szintre tagolódik a játék, annál több a kis cél, amely biztosítja a gyakori (szélsőséges esetben: folyamatos) pozitív élményeket. Ez az ideális szintezés sokat segít abban, hogy a játékos végül elérhesse a *Nagy Célt*, amely a *katartikus győzelem* („*epic win*”) érzésével jár a játék által megadott kerettörténeten belül. „*Epic meaning*”-nek nevezik azt az érzést, amikor a játékos magát egy nagyobb történet részeként éli meg, amelyben az egyéni céljairól képes akár le is mondani egy magasabb rendű, közösségi cél elérése érdekében.

3. Az „*ideális jutalomrendszer*” megadja mindazt a pozitív élményt, amit a hétköznapoktól sajnos nem igazán kapunk meg. Ez azt jelenti, hogy egyfelől *minden* apró teljesítés után, *minden* esetben pozitív visszacsatolás – vagyis jutalmazás –

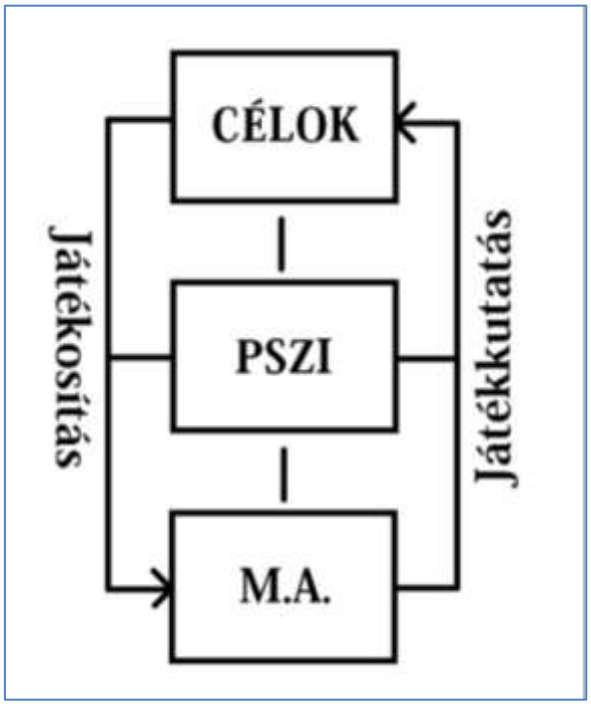
történik, másfelől mindig *azonnal*, vagyis rögtön a teljesítést követően. Harmadsorban: ezek a jutalmak *arányosak a teljesítménnyel*, tehát nem jönnek létre olyan (pozitív vagy negatív) aszimetriák, amelyek a valós élethelyzetekre oly jellemzőek; így az egyén igazságérzete sem sérül.

Gamifikáció implementációs Modell (GiM)

Végül bemutatom a *Damsa* & *Damsa* (2014) által kidolgozott *Gamifikáció implementációs Modellt*, amely gyakorlatilag a játékkutatás és a játékosítás folyamatait kapcsolja össze (23. ábra). Célja felvázolni a játékkutatás során alkalmazott vizsgálati gondolatmenetet a játékosítás folyamatában meghúzódó kutatási és tervezési megoldásokkal.

23. ábra

A GiM strukturája: Célok, Pszichológiai faktorok (PSZI) és Motivációs Affordanciák (M.A.)



Forrás: Damsa és Damsa (2014)

A *Célok* jelképezik azokat a mentális, viselkedési, attitűdbeli, vagy érzelmi változásokat, amelyeket a játékosítás segítségével el szeretnénk érni. A *Pszi* foglalja össze a pszichológiai cél eléréséhez szükséges pszichológiai faktorokat. Például, egy adott szervezeti tartalomelsajátítását promováló játék egyaránt építhet a versengésre, a kooperációra vagy a felfedezésre, melyek kivétel nélkül a játékokra jellemző motivációs struktúrákat jelenítik meg. Végül, de nem utolsó sorban megjelenik az *M.A.*, amely a motivációs affordanciák elméletére építve határozza meg azokat az alap(építő)elemeket, amelyekből a játék felépül. Ha a pszichológiai faktor a teljesítésre vagy a gyűjtögetésre irányul, akkor meg kell hogy jelenjenek gyűjthető elemek, például pontok, jelvények, különböző virtuális javak, monetáris eszközök, vagy epikus tárgyak formájában.

A játékkutatás esetében az alapkövektől (M.A.) indulunk ki, és a pszichológiai faktorokon keresztül vizsgáljuk meg azt, hogy egy adott játék milyen hatást gyakorol a játékos viselkedésére, érzelmi világára vagy gondolkodására. A játékosítás esetében ez a folyamat fordított, hiszen a gamifikált rendszerrel egy adott célt akarunk elérni, amihez

hozzárendeljük a hatékonyságot biztosító pszichológiai faktorokat, majd az egész konstruktumot megalapozó affordanciaelemeket.

4.3. Gamification alkalmazási területei

Az előző fejezetben alaposan körüljártuk, hogy a *gamification* valójában mit is *jelent*, hogyan határolódik el a játékoktól, és hogy miként működik a *játékon kívüli* területeken. Ez a fejezet arra hivatott, hogy egyrészt a *játékosítás* folyamatát élő, *gyakorlati példákkal* illusztrálja, továbbá rámutasson arra is, hogy a változóban lévő *társadalmi folyamatok* hogyan érhetőek tetten az *oktatás* világában, a *munkahelyi* környezetben és az *üzleti* folyamatokban. A gamifikáció ugyanis kiváló eredménnyel alkalmazható az élet minden területén, mivel a *játékosított* módszerek és fejlesztések – megfelelő, szakszerű implementáció esetén – jelentős *pozitív hatásokat* eredményeznek. A felhasználói élményt olyan minőségi szintre emelik, hogy – a *Flow*-hatásnak megfelelően – az unalmas munka- és oktatási környezetek hirtelen szórakoztatóvá és izgalmassá válnak, mely által növekedni kezd a felhasználó motivációja és lojalitása, így a korábbinál nagy valószínűséggel lényegesen jobb eredmények születnek. A gamification elvei/módszerei szerinti *oktatásban* részt vevők 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”*). Akár egy munkahelyet nézünk, akár egy oktatási intézményt, a gamifikáció hatékonyság- és teljesítménynövelő tényezőjének három alapvető katalizátora (1) a már többször említett egyéni és csoportos *motiváció* növekedése, (2) az adott közösséget összekötő *kohézió* erősítése, valamint (3) a játékos folyamatok célrendszeréből adódó *eredménycentrikusság*.

Ahogy a fentiekben már említettem, a játékosítás gyakorlatilag egy olyan horizontálisan működő eszköztár, amely – a kommunikáció területéhez hasonlóan – gyakorlatilag minden ágazatban képes támogató, motiváló erőként jelen lenni. Érdemes mind közül kiemelni az *egészségügy*, az *oktatás*, a *társadalmi felelősségvállalás* (CSR), valamint a *marketing* és a *HR* területeit, ahol már számos példa demonstrálja a játékosítási folyamatok elindulását. Jelen disszertációmban nem cél a gamifikáció különböző területeken történő alkalmazásának tételes bemutatása, azonban az *oktatás*, a *munkahelyi* környezet és az *üzleti*

folyamatok tekintetében szeretnék egy rövid, helyzetértékelő összefoglalót adni, példákon keresztül[83]. Végül fontosnak tartom jelezni, hogy e fejezetben – a trendeknek megfelelően – a *digitális játékokra és játékosított eszközökre* fókuszálok, ez azonban nem jelenti azt, hogy az analóg, offline megoldások és eszközök alárendelt szerepet játszanának ebben a kérdéskörben.

4.3.1. Gamification az oktatásban

Az elmúlt évtizedekben az *információs technológiai* forradalom, a *generációk* közötti szakadék elmélyülése és a megváltozott *motivációs* struktúrák a *pedagógusokat* és az *oktatási intézményeket* is nagy kihívás elé állították. A növekvő versenyhelyzet, a bővülő ismeretanyag és a hagyományos motivációs mechanizmusok elégtelensége új utak keresését és új módszerek bevezetését tették szükségessé. A folyamatok már több évtizede zajlanak, de tartósan eredményes megoldásokat, amelyek gyökeret vertek volna az oktatási rendszer egészében, csak elvétve és egymástól elszigetelten lehet találni. A *digitális kultúra* azonban nemcsak megkérdőjelezte a különböző *társadalmi folyamatok* és *intézmények* működésének a *létjogosultságát*, hanem magával hozott egy sor *megoldási* lehetőséget is, amelynek az egyik kiemelkedő manifesztuma a *gamifikáció*. Az utóbbi években az *oktatás* területén is egyre nagyobb számban jelennek meg egyre színvonalasabb produktumok, kifejezetten azzal a céllal, hogy segítsenek bizonyos *képességeket fejleszteni, ismereteket* vagy *készségeket* elsajátítani. Növekszik azon *játékok* száma is, amelyek célzottan *iskolai alkalmazásra* készülnek, emellett jó néhány kutatás a játékok készségfejlesztő mivoltáról tesz tanúbizonyságot. Az iskolákban a játékoknak eddig jellemzően kiegészítő szerep jutott, a pedagógusok többnyire levezető feladatként vagy jutalmazásként gondoltak rájuk. Azonban mára már lehetségessé vált, hogy a diákok egy-egy játék közvetlen segítségével sajátítsanak el konkrét tananyagrészeket.

Az előző fejezetben sok szó esett arról, hogy milyen különbség van a komoly játékok és a játékosított rendszerek között. Az oktatás világában ez a differencia igen plasztikusan tetten érhető, hiszen két egymástól különböző kategóriát képez, ha *játékokat* vagy *játékos elemeket* használunk fel az edukáció során. Az előbbi esetben *játékalapú tanulásról* („*Game-based learning*”) beszélhetünk, amikor a tanulási folyamatok a játékba épülnek be, az utóbbinál pedig *játékosított oktatásról* („*gEducation*”) van szó, mivel itt a tanulási

[83] *Steven Boller 2013*-ban összegyűjtött 100 olyan interneten elérhető cikket, amelyek a *gamifikáció* és a *játékalapú tanulás* témáját járják körbe, sok példán keresztül. http://www.theknowledgeguru.com/100-great-game-based-learning-and-gamification-resources/ (letöltve: 2016.01.31.)

folyamatokba épülnek be a játékos elemek és mechanizmusok. Ezen alapozó gondolatok után nézzük meg közelebbről is ezt a két területet, illetve módszert.

4.3.1.1. Játékalapú tanulás („*Game-based learning*”)

Aki a játékok oktatási környezetben történő alkalmazásával kezd foglalkozni számos olyan példával találkozhat, amely kiválóan illusztrálja, hogyan lehet felhasználni a játékokat az oktatásban. A *játékalapú tanulás* („*Game-based learning*”) elsősorban a *komoly játékok* területét képviseli, így az nem számít szoros értelemben vett gamifikációnak. Azonban mind a kapcsolódó kutatások mind a pedagógiai tapasztalatok egyértelműen igazolják a játékosítás alkalmazásának hatékonyságát és eredményeit (Simões et al 2013). Az alábbiakban pár konkrét példán keresztül szeretném bemutatni, hogy a játékalapú tanulás hogyan működik a gyakorlatban, a különböző tantárgyak esetében.

A *matematika* megszerettetését célozza a különböző „*serious games*” kategóriájú díjakat elnyert *Dragon box* elnevezésű játék, amelyben a célcsoportnak számító, 5–12 éves korosztályhoz tartozó tanulók úgy ismerkednek meg az *algebra* alapjaival, hogy szinte nem is sejtik, hogy valójában matekoznak (24. ábra). A játék lényege, hogy minden pályán ki kell szabadítani egy dobozból egy kis sárkányt úgy, hogy az összes körülötte levő elemet eltüntetjük. A játékban történő előrejutást a program a kissárkány növekedésével és különböző csillagokkal jutalmazza. A játék elérhetősége: www.dragonboxapp.com

24. ábra

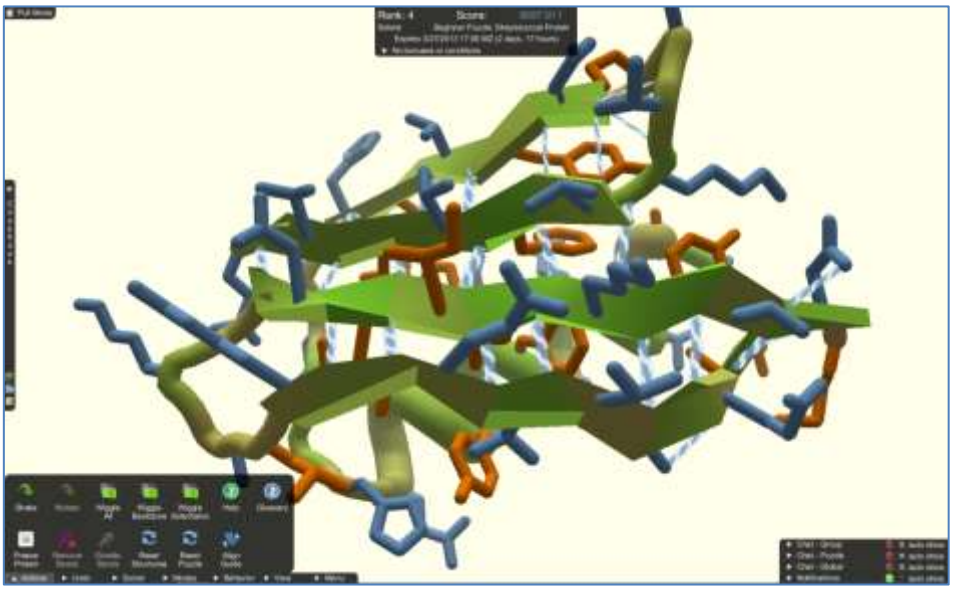
„Dragon Box”elnevezésű játék

Forrás: http://gameswithpurpose.org/dragon-box-2/

A *biológiai* ismeretek elsajátítását segíti a *Massachusettsi Műszaki Egyetem* által fejlesztett *Fold it* nevű puzzle játék, amely a *fehérjestruktúrák* felfedezésében nyújt segítséget az egyetemi kutatóknak (25. ábra). Kiváló példa a játékokban rejlő edukációs lehetőségek bemutatására, hogy ezzel a játékkal a játékos közösségnek egy több évtizedes orvostudományi problémát sikerült pár hónap alatt megoldania. Az ilyen típusú kutatási célokhoz kapcsolódó játékok inkább az idősebb tanulók számára készülnek, a játékosok által elért eredményeket pedig a kutatóintézetek használhatják fel. A játék elérhetősége: http://fold.it/portal/

25. ábra

„Fold it" elnevezésű játék



Forrás: http://fold.it/portal/info/science

A következő példa *földrajz* órákon lehet igen népszerű, mivel a *Geography Map Games* nevű játék a *topográfiai* ismeretek elsajátítását segíti játékos módon. amely nagy könnyebbséget jelent, hiszen a topográfiai ismeretek elsajátítása korábban szinte elképzelhetetlen volt magolás nélkül (26. ábra). A játék lényege, hogy a játékosoknak egy *térképen* (itt ki lehet választani a földrészt) *be kell jelölniük* a megfelelő *országot* vagy *várost* egy megadott időkereten belül. A játék olyan gamifikációs elemeket is tartalmaz, mint a napi, heti vagy havi *ranglistákon* való szereplés, saját *avatár* készítése, illetve lehetőség van *csapatokba* szerveződni, és a tudást *csapatversenyeken* összemérni. A játék elérhetősége: http://www.geography-map-games.com/

26. ábra

„Geography Map Games" nevű játék

Forrás: Mapas Interactivos[84]

4.3.1.2. Játékosított tanulás („*gEducation*")

A *komoly játékok* világára épülő *játékalapú tanulás* rövid bemutatása és szemléltetése után most azt nézzük meg, hogy milyen módszerek és konkrét fejlesztések léteznek az *oktatáson* belüli *gamifikáció* („*gEducation*") területén. Az oktatási környezetben megjelenő gamifikációs projektek lehetnek (1) m*ikroszintű, egyéni* kezdeményezések, amelyek esetén a pedagógus a saját óráit játékosítja, de lehetnek (2) *makroszintű* kezdeményezések is, amelyben az egész rendszert átjárja a játékosítás. Amikor játékosított oktatásról beszélünk, akkor alapvetően két területet kell egymástól megkülönböztetnünk: az (1) *értékelés* gamifikációját és a (2) *tanulási folyamat* gamifikációját. Az oktatás területén történő játékosított megoldások első éveit áttekintve azt láthatjuk, hogy a 2011-es kezdetektől a mai napig egyértelműen az előbbi kategória, vagyis *gamifikált értékelés* kapott nagyobb hangsúlyt. Tekintettel a korábban már többször említett motivációs változásokra, azaz a *belső motiváció* (vagy „*motiváció 3.0*") szerepének a felértékelődésére, a jövő egyik kihívása az lesz, hogy túllépjünk az alapvetően külső motivációs erőket megmozgató értékeléscentrikusságon. Azt gondolom, hogy a gamifikáció társadalomformáló ereje a játékélmény biztosításában rejlik, amelyet az oktatás területén belül leginkább a tanulási

[84] https://mapasinteractivos.didactalia.net/en/community/mapasflashinteractivos/resource/cities-of-mediterranean-sea-geography-map-games/c73c641a-9557-42b2-81e5-ea7ae4fe0e0a (letöltve: 2016.01.31.)

folyamat játékosításában érhetünk tetten; illetve az előbbiekben bemutatott *játékalapú tanulás* alkalmazásában.

Iskolai értékelés gamifikálása

A *gamifikált rendszerek* nagyon fontos szerepet töltenek be a *visszajelzési* és *értékelési* folyamatok terén. A *pontrendszerek* egyik nagy előnye az, hogy elsősorban a *fejlődésre*, illetve a *felhalmozásra* és a *gyűjtögetésre* fókuszálnak. Ameddig a hagyományos, *érdemjegy* alapú *értékelés átlagokat* számít (az év során összegyűjtött eredményekből), addig a *pontok* a fentiek miatt lehetőséget adnak a *gyarapodás* és a *progresszió* érzetének átélésére, valamint ennek vizualizációjára. Egy ilyen környezetben a diák egy rosszabb jegy után nem azt fogja szem előtt tartani, hogy kudarcot vallott, hanem azt, hogy – ugyan kisebb mértékben, de – még így is *közelebb* került a *következő szinthez*. A pontrendszer azonban nem csak a *diákok* számára lehet motiváló, hiszen a *pedagógusoknak* részletes, súlyozott és folytonos összképet nyújt a hallgatók félévbeli tevékenységeiről, ez pedig alapot adhat a személyre szabott visszajelzések rendszerének kiépítésére. Ennek értelmében egy ilyen struktúra a motiváción, az átláthatóságon és a játékosságon keresztül egyaránt szolgálhatja a diákok és a pedagógusok érdekeit.

Lee Sheldon: „Multiplayer classroom" rendszere

A *gamifikált iskolai értékelés* témájának áttekintetésekor mindenképpen ki kell emelnünk *Lee Sheldon* amerikai játékszoftver-fejlesztő korszakalkotó munkásságát, aki az *Indiana Egyetem* professzoraként az *egyetemi kurzusait játékosította*, és az általa kidolgozott gamifikációs technikákat a *játéktervezés* óráin alkalmazta. A professzor a *Multiplayer classroom* című könyvében foglalta össze a játékosítással kapcsolatos módszereket és tapasztalatokat (Sheldon 2012). *Sheldon* rendszerének a lényege, hogy a hallgatók *osztályzatok helyett* a videojátékokban jól ismert *tapasztalati pontokat* („*XP*") kapnak, majd a gyűjtött pontokkal szinteket léphetnek. *Sheldon* felismerte, hogy a legegyszerűbb pont- és szintrendszerek is rendkívül erős hatással lehetnek a résztvevő diákokra és tanárokra. A professzor tehát úgy tekintett az *osztályaira* és a *kurzusaira*, mint egy *sokszereplős közösségi játékra* („*multiplayer games*"), mintha az osztályban egy *valós idejű* és *valós terű játékot* kellene lebonyolítania. A játéktervezés tehát nemcsak a kurzus témáját jelentette, hanem annak formáját, módszertanát is. Ezzel végső soron gamifikálta az óráit, amelyben a hallgatók játékhősökké váltak, akiknek XP-ket, és különböző képességeket („*skill*"-eket) kellett

gyűjteniük ahhoz, hogy teljesíthessék a kurzust. *Sheldon* rendszerében az osztályozási rendszer átalakítása tehát az érdemjegyek kiiktatásával, a pontok és szintek bevezetésével történt. Az alapvető cél az volt, hogy a diákok a folyamatos fejlődést érezzenek, és soha se kapjanak negatív visszacsatolást. A módszer pszichológiai előnye, hogy mivel gyakorlatilag nincs „rossz osztályzat", legfeljebb csak kevesebb gyűjtött pont, így a diákok permanens fejlődésélményt tapasztalnak meg. Egy demotiváló gyenge osztályzattal szemben ez az eljárás lényegesen nagyobb motivációs erővel rendelkezik. *Sheldon* játékosított rendszerébe történő belépéskor a diákok mindig egy *egyes szintű avatárral indítják* a félévet, és az *XP*-ket (*tapasztalati pontokat*) *gyűjtve* érhetik el a legmagasabbnak számító *12-es szintet*, amely az „A+" érdemjegynek felel meg az év végi értékelésnél. A sokszereplős online közösségi játékok („*MMORPG*") világához hasonlóan a diákoknak nemcsak önállóan kellett dolgozniuk, hanem *csapatban* („*guild*") is együtt kellett működniük, hiszen voltak olyan feladatok, amelyeket egyedül nem lehetett megoldani. A játéktervező professzor úgy összegezte a félév teljesítményét, hogy a hallgatói nagyon szerették ezt a játékosított rendszert, amely egyértelműen pozitív élményt jelentett számukra.

Magyarországi példák

Magyarországon a legkomplexebb gamifikációs értékelési rendszert elsőként *Prievara Tibor* középiskolai angoltanár dolgozta ki. Rendszerét részletesen bemutatja 2015-ben megjelent könyvében, illetve megosztja az olvasókkal a játékosított értékeléssel kapcsolatos tapasztalatait is (Prievara 2015). A rövid, közép- és hosszú távú célok szerint felosztott tanévet *Prievara* 3–4 hetes részekre bontja, miközben a diákok mindvégig egy *nyilvános Excel* tábla segítségével tájékozódhatnak az *aktuális teljesítményükről*. Ez a tábla gyakorlatilag *ranglistaként* funkcionál, mivel a diák a többi tanulóhoz képest látja, hogy éppen hol tart. A Madách Imre Gimnázium angoltanára által kidolgozott játékosított rendszer nem tartalmaz negatív értékelést, minden diákot a saját képességei és fejlődése szerint értékel. A tanulási és értékelési folyamatban a tanulóknak jelentős autonómiát biztosít, így a diákok maguk dönthetik el, hogy az óra alatt milyen módon szereznek pontokat, továbbá ők állíthatják össze a témazáró dolgozatukat és az érdeklődésükhöz kapcsolódó személyes portfóliójukat is. *Prievara* a módszerét *sikeresnek* tartja, mivel úgy tapasztalta, hogy az általa működtetett rendszer végső soron növelte az *együttműködést* tanár-diák és diák-diák között, fokozta a *kreativitást*, valamint fejlesztette az *önállóságot* és a *projektszemléletet* is.

A *Pécsi Tudományegyetem Pszichológia Intézetének* két doktorandusz hallgatója, *Damsa Andrei* és *Putz Ádám* (2014) a *Sheldon* professzor fentiekben bemutatott módszerét több esetben is kipróbálta az egyetem a Bölcsészettudományi Kar pedagógia alapszakos hallgatóival. A tapasztalatok igazolták a *Sheldon* által felvázolt eredményeket, a visszajelzés pozitívabb, motiválóbb, és értelmezhetőbb formát öltött. Ennek hatására a hallgatók a félév során jobban átlátták saját tevékenységeiket, valamint megszabhatták maguknak az elérni kívánt célokat, vagyis a végső érdemjegyeket.

Kenéz András (2015) az előbbiekben bemutatott példákhoz hasonló módon kísérletezett gamifikációs értékelési rendszerrel. *Kenéz* az *Edutus Főiskola* marketingkutatás kurzusát játékosította, a tapasztalatait pedig úgy összegezte, hogy bár a gamifikációs módszerek pedagógiai bevezetése és alkalmazása viszonylag sok munkával jár, de végső soron a gamification segítségével javítható az aktivitás és megalapozható a folyamatos tanulás.

Barbarics Márta középiskolai angol-matematika tanár is gyakran alkalmazza munkájában a *gamifikált értékelési eszközöket*, és diákjai körében felmérést végzett a gamification alapú értékeléssel kapcsolatban (Barbarics 2015). Az eredményei arra mutatnak rá, hogy a *diákok* számára az általuk kritizált hagyományos iskolai értékeléssel szemben a *gamifikációs értékelés* valós *alternatíva* lehet, ami egyébként a pedagógusok számára is egy hasznosnak bizonyulhat.

A fentiekben felsoroltak természetesen nem fedik le a gamifikációs értékelési eszközöket alkalmazó magyarországi tanárok körét, hiszen szerencsére ma már hazánkban is egyre több pedagógus próbálkozik különböző játékosított megoldásokkal. *Barbarics* 2014-ben kifejezetten azzal a céllal hozta létre a „*Gamification a magyar oktatásban*" elnevezésű *Facebook-csoportot,* hogy az online közösségi térben összegyűjtse a *gamifikációs* módszertant alkalmazó *pedagógusokat*, hogy megoszthassák egymással a *tapasztalataikat*.

Természetesen a gamifikált értékelési módszerek nem merülnek ki az egyszerű pontrendszerek alkalmazásában. Ezeket szükséges kibővíteni olyan elemekkel, melyek hosszabb távon is fent tudják tartani a progresszió érzését. Ezért ajánlott például szinteket, jelvényeket vagy különböző teljesíthető feladatokat (ún. *quest*-eket) is integrálni az értékelési rendszerekbe. A pontok folyamatos visszajelzést nyújtanak, hiszen minden (pontozandó) aktivitás után megjelennek, a szintek azonban csak egy adott pontmennyiség elérése után lépnek életbe, így ez az elem egyfajta késleltetett vagy középtávú visszajelzést nyújt. A jelvények vagy tanúsítványok ettől eltérően egy adott eseményt igazolnak vissza. Például, ha

a hallgató elvégez egy különleges feladatot, vagy elér egy adott szintet, a rendszer megjutalmazhatja egy speciális jelvénnyel. A pontok, szintek és jelvények alkalmazásával egy olyan komplex, de mégis transzparens visszajelzési és értékelési rendszert lehet létrehozni, mely a fejlődésre és a gyűjtögetésre épít, miközben kialakítja és fenntartja a hatékony tanulás alapvető motivációs jellegét.

A tanulási folyamat gamifikálása

A játékosítás különböző módszereit és felületeit már több éve használják a nemzetközi pedagógiában, és már Magyarországon is vannak olyan pedagógusok, akik saját tapasztalatokról tudnak beszámolni a gamifikáció eszközeinek bevezetése és használata kapcsán. Az alábbiakban bemutatok néhány, a tanulást támogató, gamifikációs rendszert és felületet, amelyek alkalmazása ma már gyakorlatnak számít.

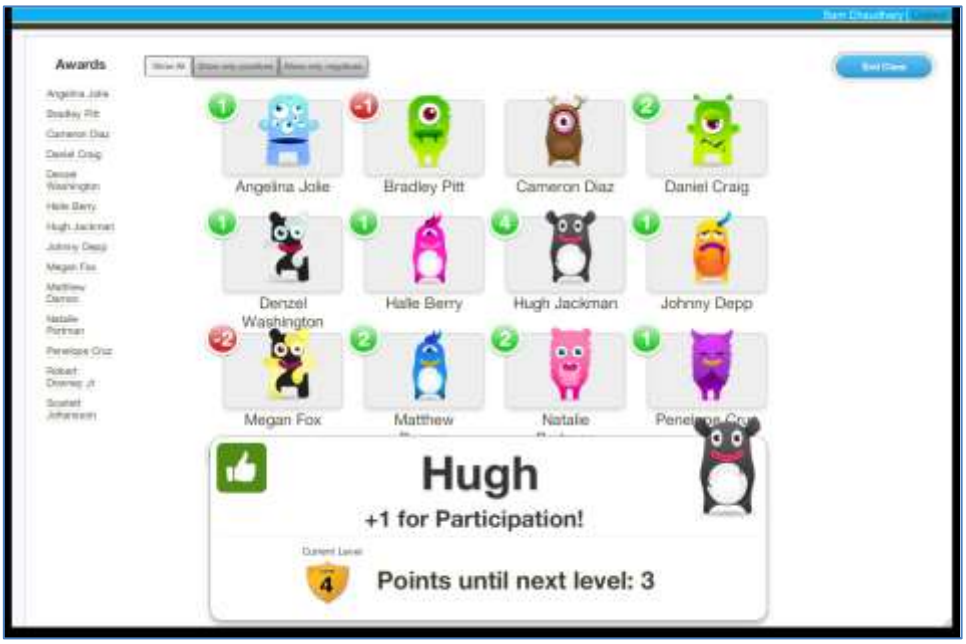
1. ClassDojo[85] *– digitális tanterem*

A *ClassDojo* egy már klasszikusnak számító digitális tanterem, egy jól bevált digitális osztálymenedzselési rendszer, mely játékosítja a tanítási folyamatot (27. ábra). Egyaránt bevonja a diákokat, a tanárt és a szülői közösséget egy olyan egységesített rendszerbe, mely lehetőséget biztosít a különböző kihívások kiépítésére, a teljesítés jutalmazására, valamint a valós idejű visszajelzésre. A tanulók avatárt készítenek, majd ezt fejlesztik aktivitásukkal.

[85] https://www.classdojo.com (letöltve: 2016.01.31.)

27. ábra

Egy 12 fős osztály értékelése a ClassDojo felületén



Forrás: ClassDojo

2. *GoalBook*[86]

A *GoalBook* egy olyan alkalmazás, mely a diákok közötti interakciót facilitálja, különös figyelemmel a csapatmunkára. Lehetőséget biztosít a tanárok, szülők és diákok közti kommunikációra, illetve a tanuló fejlődésének nyomon követésére. Az oktató kihívásokat adhat meg a diák számára, majd monitorizálhatja teljesítményét az erre kialakított profilfelületen. Az alkalmazás könnyű adminisztrációt, illetve gyors és hatékony üzenetküldést tesz lehetővé.

3. CourseHero[87]

A *CourseHero* a tanár-diák interakciót hivatott facilitálni. A program alapjában véve egy olyan online portált éltet, amely tudásmegosztó és kommunikációs felületként működik. Az oldal kategorizálja és elrendezi a feltöltött anyagokat, melyek így rendszerezetten és egyszerűen hozzáférhetővé válnak. A program lehetőséget biztosít a személyre szabott tanulási csomagok összeállítására, valamint jelvényekkel jutalmazza a fejlődést.

[86] https://goalbookapp.com (letöltve: 2016.01.31.)
[87] https://www.coursehero.com (letöltve: 2016.01.31.)

4. Classcraft[88]

A *Classcraft* gyakorlatilag egy *e-napló* és egy *MMORPG* játék kezelőfelületének az integrált platformja, amely már készen nyújtja a pedagógusok számára a gamifikáció adminisztrációjához szükséges felületet (28. ábra). Ezt a félig *gamification*, félig *edutainment* alapú (azaz játékosított és szórakoztatva tanító) oktatási módszert *Shawn Young* középiskolai tanár találta ki 2014-ben, hogy érdekesebbé tegye az órákat a diákjai számára. A *Classcraft* a legismertebb sokszereplős online szerepjátéknak, a *World of Warcraftnak* az elemeire és működésére épülő, oktatási célú online felület, ahol minden tanuló *választhat* egy *karaktert* (lehet például varázsló, harcos vagy gyógyító), a *kalandmester* pedig maga a *tanár*. A szerepek választásán és az adott történethez tartozó kihívásokon túl az *értékelési rendszer* is *gamifikált*, hiszen a program a hagyományos *osztályzatokat* az online játékokban ismert *XP pontok* (*experience points*, azaz *tapasztalati pontok*) rendszerével helyettesíti, amelyek révén a diák szinteket léphet. Emellett minden tanuló rendelkezik ún. *életerő pontokkal (HP)* is, amelyek – ellentétben a tapasztalati pontokkal – adott esetben *csökkenhetnek* is, ha a tanuló *nem viselkedik jól*, nem figyel, késik, vagy nem készítette el a házi feladatát.

28. ábra

Classcraft játékos karakterlapja

Forrás: ClassCraft

[88] http://www.classcraft.com (letöltve: 2016.01.31.)

5. *Minecraft*[89], *MinecraftEdu*[90]

A világ számos iskolájában felismerték már a *Minecraft* játékban rejlő *kreatív* és *edukációs* lehetőségeket, így rendszeresen használják azt különböző *gamifikációs oktatási* célok megvalósítására, például a *művészetek*, a *földrajz* és a *számítástechnika* területén. Különösen azóta, hogy 2011-ben megjelent a *MinecraftEdu*, a program kifejezetten ilyen célra szánt változata (29. ábra). A megújított alkalmazásban a felhasználók már olyan *avatárokat* kaphatnak, amelyekkel a *saját képükre* formálhatják játékbeli karakterüket. A *Minecraft* akár a *földrajzi atlaszt* is helyettesítheti, amire kiváló példa, hogy a *Brit Geológiai Társaság* az egész *Nagy-Britannia térképét* átültette a *Minecraftba*, és betekintést engedett annak tanulmányozásába, hogyan helyezkednek el a városok alatt a valódi *kőzetrétegek*. Ezen kívül találhatunk olyan *térképeket* is, amelyek számos ismert *történelmi helyszín* bejárását is lehetővé teszik. A kijelölt pontokon a tanulók különböző *feladványokat* és *kvízeket* oldhatnak meg, sőt, a beépített fényképezővel akár meg is *örökíthetik* a bejárt tájakat. Ezen túl olyan új funkciókkal is bővült a *MinecraftEdu*, mint a *koordináta-rendszer*, melynek a segítségével a diákok és a tanárok *tájékozódhatnak*, és *megtalálhatják* egymást a programbeli „világokban". Lehetőség nyílt a *pályák (világok) exportálására* és *importálására* is, valamint az új verzióban a gyerekek fotókkal és szelfikkel dokumentálhatják kalandjaikat.

[89] http://education.minecraft.net (letöltve: 2016.01.31.)
[90] http://minecraftedu.com (letöltve: 2016.01.31.)

29. ábra

MinecraftEdu

Forrás: Time.com[91]

6. Classtools[92] *– digitális segédanyag- és játékkészítő*

Az oldal egyfelől azon játékok gyűjtőhelye, melyekkel az osztályteremben tudunk operálni. A programok sokfélék, köztük olyan megoldások is vannak, mint például a Facebook, melynek segítségével kedvenc történelmi karakterünknek, tudósunknak – vagy bármilyen személyiségnek – tudunk a Facebookon megszokotthoz hasonló profilt kialakítani. A gyakorlat egyszerűvé, korszerűvé és élvezhetővé teszi a híres személyekhez tartozó adatok megtanulását és felelevenítését. Más részről az oldal egy digitális segédanyag- és játékkészítő felület, vagyis lehetőséget biztosít arra, hogy bizonyos problémakörre vagy tematikára saját játékot vagy játékosított megoldást hozhatunk létre.

7. Kidblog[93]

A *Kidblog* egy olyan kommunikációs felületet biztosít az osztály számára, melyen keresztül gyorsan, hatékonyan és biztonságosan oszthatnak meg tartalmat egymással a regisztrált tagok. A tanárok által fejlesztett program jellemzően pedagógiai koncepciókra

[91] http://techland.time.com/2012/09/21/minecraftedu-teaches-students-through-virtual-world-building/ (letöltve: 2016.01.31.)
[92] http://www.classtools.net (letöltve: 2016.01.31.)
[93] http://kidblog.org/home/blog (letöltve: 2016.01.31.)

épült, és hatékony eszközt biztosít az íráshoz (de nem csak azzal) kapcsolódó képességek és készségek fejlesztésére.

8. Okosdoboz[94] *– magyar felület és játékok*

A *Classtools*-hoz hasonlóan az *Okosdoboz* is többféle műveltségi területre kiterjedő játékos feladatokat tartalmaz. A magyar kezdeményezésből született alkalmazás ingyenes felületén a látogatók megismerkedhetnek a program lényegével és a feladatok struktúrájával. A megjelenő kérdésekre a válaszokat a meglévő variánsok közül kell kiválasztani. A válaszadás helyessége azonnal le is ellenőrizhető. Az oldal játékos feladványai öt különböző műveltségi területhez, hat tantárgyhoz, illetve különböző korosztályokhoz kapcsolódnak.

9. OpenBadges[95] *– érdemrend- és jelvénykészítő rendszer*

A konkrét játékokon kívül a játékos folyamatok integrálására is felhasználhatunk különböző segítő oldalakat. Az egyik ilyen a Mozilla által fejlesztett rendszer, az *OpenBadges*, ahol változatos érdemrend- és jelvényrendszert alakíthatunk ki az általunk felvázolt cél- és kihíváskonstruktumok köré. A program segít abban, hogy visszajelzést adjunk és a fejlődés érzetét biztosítsuk azoknak a felhasználóknak, akik elvégeznek egy-egy adott feladatot.

10. ClassBadges[96] *– érdemrend- és jelvénykészítő rendszer*

A fenti rendszerhez képest a *ClassBadges* érdemrend- és jelvénykészítő rendszer kifejezetten az osztálytermi környezetre fókuszál. A program lehetőséget biztosít a különböző jelvények és elismerések készítésére és kiosztására. Az oktatási rendszerekhez optimalizált ingyenes oldal egyaránt segítséget nyújthat a folyamatos nyomon követésben és a jutalmazásban.

11. Duolingo[97] *– nyelvtanulás játékosan*

A világ egyik legnépszerűbb *gamifikált nyelvoktató* applikációja a *Duolingo*, teljesen új alapokra helyezi a nyelvoktatást, amely 2014-ben megnyerte a *Gamification World Awards* „*leginnovatívabb projekt*” kategóriáját (30. ábra). A méltán *népszerű* alkalmazás a

[94] http://www.okosdoboz.hu (letöltve: 2016.01.31.)
[95] http://openbadges.org/ (letöltve: 2016.01.31.)
[96] www.classbadges.com (letöltve: 2016.01.31.)
[97] https://www.duolingo.com/ (letöltve: 2016.01.31.)

gamifikációs elemeknek szinte a teljes tárházát tartalmazza, amelyek használatakor a felhasználó különböző *modulokon* végighaladva, fokozatosan és játékos módon tanulhatja meg a *kiválasztott idegen nyelvet*. A játékos – az aktivitásának megfelelően – *pontokat* és *kitűzőket* gyűjthet, *szinteket* léphet, és *eredményeit* akár *megoszthatja* az *ismerősei* körében is. Maga az ötlet nagyon egyszerű, hiszen csupán *mondatokat kell fordítani* egyik nyelvről a másikra, de a program *írásbeli feladatokat* is ad hallás után *szövegértelmezéshez*. Minden sikeres *feladatmegoldás* után *azonnali megerősítés* történik, elsősorban *pontok* formájában, de *szinteket* is léphetünk, melynek *feltétele*, hogy az adott szint *teljes szókincsét* és *nyelvtanát elsajátítsuk*. A 2012-ben induló alkalmazásnak világszerte jelenleg már több mint *100 millió felhasználója* van, amit négy év alatt sikerült elérni.

30. ábra

Duolingo

Forrás: PCMag[98]

4.3.2. Gamification a munkahelyen és az üzleti folyamatokban

Az első fejezetekben már részletesen körüljártuk azt a kérdést, hogy az *információs társadalom* gyakorlati megjelenésével, annak *hétköznapi hatásaival* és *eszköztárával* olyan társadalmi folyamatok indultak el, amelyek egyrészt jobban elmélyítették a korábban is

[98] http://www5.pcmag.com/media/images/328707-duolingo-for-ipad.jpg (letöltve: 2016.01.31.)

meglévő *generációk közötti szakadékokat*, másrészt jelentősen hozzájárultak a *motivációs struktúrák* megváltozásához. Ennek gyakorlati megjelenését az előző fejezetben az *oktatás* vonatkozásában röviden áttekintettük. Most egy másik nagy területet vizsgálunk meg, ahol legalább olyan mértékben felszínre kerültek a fentiekben írt drámai változások. Az oktatás területéhez hasonlóan ugyanis a *munkahelyi* és *üzleti* környezetben is egyre nagyobb problémát jelent a megfelelő *motiváció* kialakítása, mind a *munkavállaló* mind az *ügyfél* vagy a *fogyasztó* szempontjából. A dolgozat „*új generációk, új értékek, új motivációk*" című, 2.1.3. fejezetében alaposan megvizsgáltuk a különböző generációk közötti különbségeket, különös tekintettel az eltérő attitűdökre. Ezek a tényezők már nemcsak önmagukban számítanak érdekes jelenségnek, hanem igen komoly kihatásuk van az élet minden területére.

Egyre komolyabb kihívást jelent az, hogy a *munkahelyeken*, egy adott térben, egy időben *több generáció* van jelen, akiket valamilyen módon *össze kell hangolni* az egységes és konzekvens *munkakultúra* szempontjából. A különböző generációba tartozó munkavállalók ugyanis *másfajta bánásmódot* igényelnek, hiszen *más* dolgok *ösztönzik* őket, de a munkához való viszonyukban és a *munkaadóval* szembeni *elvárások* tekintetében is lényeges eltérések lehetnek. Az *Y és Z generációhoz* tartozó dolgozók az idősebb nemzedékek tagjainál lényegesen *rugalmasabbak*, és könnyebben váltanak munkahelyet. Ez alapvetően annak köszönhető, hogy sokkal *kritikusabbak*, elégedetlenebbek egy nem kívánt helyzettel kapcsolatban, és nem jelent számukra gondot *továbblépni*, mivel úgy érzik, hogy máshol is megállnák a helyüket. Szeretik a *szabadságot*, a *gyorsaságot*, az *innovációt* és folyamatos *kihívásra* vágynak, és így nehezebben köteleződnek el (Soós 2008).

Ahogy már említettem, az egyik legnagyobb probléma az, hogy – jórészt az új generációs attitűdnek köszönhetően – a klasszikus *motivációs* hajtóerők már *nem működőképesek*, valamint ennek megfelelően a szervezeti és a fogyasztói *elkötelezettség* biztosítása is nagyon *nehézzé* vált. A XXI. század szervezeteinek és emberi erőforrás menedzsmentjének egyik legnagyobb kihívása a szervezeti *elkötelezettség* biztosítása lett, amelynek elérése ma már egy igen hosszú és komplex folyamat eredménye. Ennek számos és összetett oka van, amelynek részletes bemutatása nem tartozik jelen dolgozat fő témájába. Néhány tényezőt azért kiemelnék, amelyek természetszerűleg szorosan kapcsolódnak a játékosítás eszköztárához.

A mai gyökeresen megváltozott és felgyorsult környezetben az emberek már egyre jobban elvárják, hogy *folyamatos visszajelzést* kapjanak a munkájukról, hogy *értékeljék, díjazzák* őket, és hogy lássák, hogy hol is *tartanak* – magukhoz és másokhoz képest – a

fejlődési folyamatukban. Ezek az igények és *elvárások* egyre *erősebbek,* ahogy a *fiatalabb* generációk felé haladunk, akik ráadásul olyan játékkultúra keretein belül szocializálódtak, ahol ezek a tényezők elemi szinten vannak jelen. Már régóta vannak különböző próbálkozások az egyre csökkenő lojalitás megállítására, számos szervezet évtizedek óta alkalmaz hűségprogramokat, ami a gamifikáció előfutárának is tekinthető, de ezt semmiképpen sem sorolhatjuk a játékosított megoldások körébe.

A megfelelő módon alkalmazott gamifikáció mindezen problémákon képes érdemben segíteni, mivel olyan élményt tud nyújtani, amellyel motiválni lehet mind a munkavállalókat, mind a fogyasztókat. *Zichermannék* szerint az *elkötelezettség* biztosítása céljából a *gamification* a (1) *játéktervezés*, a (2) *hűségprogram-tervezés* és a (3) *viselkedési közgazdaságtan* legjobb eredményeit használja fel, hogy könnyítsen a kritikus problémákon (Zichermann-Linder 2013: 14). Meglátásom szerint a gamifikáció valójában abban tud hozzáadott értékkel rendelkezni, hogy a külső motivációs tényezők helyett az adott folyamatok élményszerűvé tételét képes kialakítani játékos módon. A felhasználói élmény pedig az organikusan létrejövő szervezeti vagy fogyasztói lojalitásnak a legjobb alapja.

A *vállalati gamifikáció* elemzése során alapvetően két fontos dimenzióra bontva vizsgáljuk meg a játékosított megoldásokat: a *(1) cégek belső*, elsősorban HR-folyamatainak játékosítása és a *(2) vállalatok külső*, üzleti tevékenységeinek a gamifikációja mentén. Ahogy a *játékosított oktatásról* szóló fejezetben jeleztem, itt is fontosnak tartom rögzíteni, hogy a következőkben bemutatott alkalmazási területek és illusztrált példák *csupán egy kis töredékét* jelentik az egyre nagyobb számú, sikeres gamifikált megoldásoknak.

4.3.2.1. Vállalatok belső folyamatainak gamifikálása

A céges környezeten *belül* történő gamifikáció alapvetően a *HR-folyamatok* támogatását és optimalizálását jelenti. Ide tartoznak a *munkavállalóval*, a *munkakörrel* és a *munkahelyi környezettel* kapcsolatos változók. Egy jól megkonstruált gamifikációs rendszer lehetőséget biztosít a *munkavállalónak* a *fejlődésre*, a *döntési* kompetenciáinak a kibontakozására, amelynek köszönhetően a belső ügyfelek, tehát maguk a munkavállalók is *motiváltabbakká*, *elkötelezettebbé* válhatnak. Egy vállalaton belül a *játékosítás* célterülete lehet a *munkaerőtoborzás*, az *onboarding* folyamat, a *szervezetfejlesztés*, az *employer branding* kialakítása, a munkavállalók *képzése*, a vállalati *eLearning* alkalmazása, a *crowdsourcing* megoldások támogatása és a szervezeten belüli *innováció* serkentése. Továbbá

fontos terület lehet még a *társadalmi felelősségvállalás* („*CSR*”) és az *egészségmegőrző programok* támogatása is, mivel az ilyen fajta játékosított belső folyamatoknak könnyen híre megy, és *pozitívan* befolyásolhatja a *cégről kialakult képet*. Ennek köszönhetően újabb *minőségi munkaerőt* vonzhat be a vállalat, illetve a belső *kohéziót,* a *közös célért* küzdést, *közösségépítést, csoportkohéziót* és a *belső tudásmegosztást* is serkentheti.

Bármelyik területet is nézzük, a cél alapvetően mindig ugyanaz: a megfelelő munkaerő (1) *kiválasztása,* (2) *motiválása* és a (3) szervezeti *elkötelezettség* növelése. A felsoroltak közül a továbbiakban kiemelek egy-két olyan területet, amelyek a gamifikációs fejlesztések szempontjából tipikusnak számítanak, így azokat nemzetközileg is jól ismert példákkal tudom illusztrálni.

Toborzás, kiválasztás gamifikációja

A *toborzási* folyamatok megfelelő színvonalú *gamifikációjának előnye* és pozitívuma könnyen megmutatkozik mind az állást meghirdető *cégnél*, mind az érdeklődő *jelentkezőnél*.

A *szervezet* részéről a *hasznossági* tényező elsősorban abban rejlik, hogy egy *gamifikált* online rendszer képes olyan szinten *automatizálni* a kiválasztási folyamatokat, hogy azzal rengeteg időt és energiát képesek *megspórolni*. Egy online *játékból* vagy *játékosított* felület használatából már elég sok minden kiderülhet az állásra *jelentkező felkészültségéről,* különböző *kompetenciáiról* és pszichológiai *jellemzőiről*. Ezen információk birtokában a toborzási szakértő egyből azok közül válogathat, akik a játékban bizonyították, hogy alkalmasak lehetnek a meghirdetett pozíció betöltésére.

Az állásra *jelentkező* személy esetében pedig a *gamifikált toborzási* folyamat pozitívuma nem más, mint egy *izgalmas*, játékos *élményben* való részvétel. A jelölt egy ilyen játékosított rendszerben már azelőtt *kipróbálhatja* magát az adott pozícióban, hogy élesben bizonyítania kellene a cég döntéshozói előtt. Az ilyen típusú toborzási játékok általában egy valósághű, látványos virtuális környezetben azt szimulálják, hogy milyen is lehet az adott cégnél dolgozni, és ezen virtuális munka révén a játékban részt vevők bepillanthatnak a cég mindennapjaiba. A virtuális próbán túl a jelentkezőknek különböző online teszteket is ki kell tölteniük, és ennek megfelelően a játékosok néhány naponta feladatokat kapnak. Miután a toborzásért felelős személy a játék során nyomon követi a jelentkezőket, a játék végén a legjobb eredményt elérő játékosok számára lehetőséget biztosít egy személyes találkozóra a cég releváns képviselőjével.

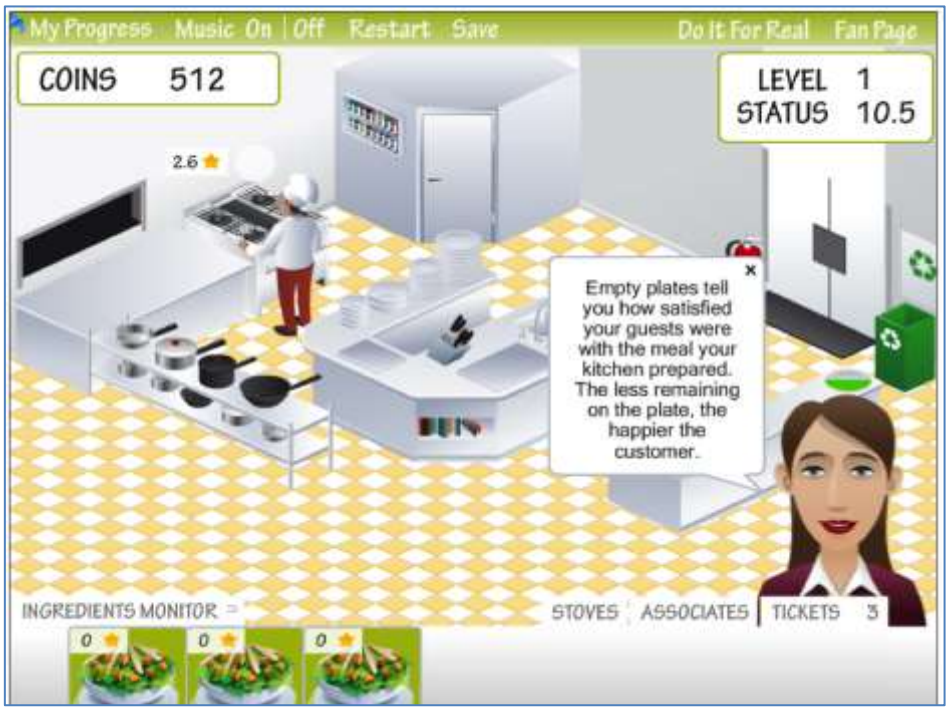
„My Marriott Hotel” (*Marriott)*

A *Marriott International* szállodalánc volt az *első* olyan vállalat, amelyik *játékosított* megoldást alkalmazott az új munkavállalók *toborzása* terén (Jeanne 2012). A vállalat a *Farmville* és a *Sims játékokhoz* hasonló online *felületet* fejlesztett, amely a *My Marriott Hotel* nevet kapta (31. ábra). Az állás iránt *érdeklődők* a virtuálisan szimulált térbe kapcsolódva olyan *játékosokká* váltak, akik egy hotel *konyhájának menedzselésében*, és a *szálloda üzemeltetésében* tesztelhették képességeiket, majd ezt követően a legjobban teljesítő játékosok jutottak tovább a toborzási folyamatban (Zichermann & Linder, 2013). A játék ötlete azzal a *céllal* született meg, hogy a *Marriott* megtalálja azokat a *fiatalabb* nemzedékhez tartozó potenciális *alkalmazottakat*, akik korábban nem mutattak túlzott érdeklődést a vendéglátóipar iránt. A Facebookon futó alkalmazás *óriási számú érdeklődőt* vonzott a Marriott karrieroldalára, és végül a leendő *vendégekhez* is elért.[99,100]

[99] http://www.forbes.com/sites/jeannemeister/2012/05/21/gamification-three-ways-to-use-gaming-for-recruiting-training-and-health-amp-wellness/ (letöltve: 2016.01.31.)
[100] http://theundercoverrecruiter.com/gamification/ (letöltve: 2016.01.31.)

31. ábra

My Marriott Hotel szimulációs játéka



Forrás: Blogging4Jobs[101]

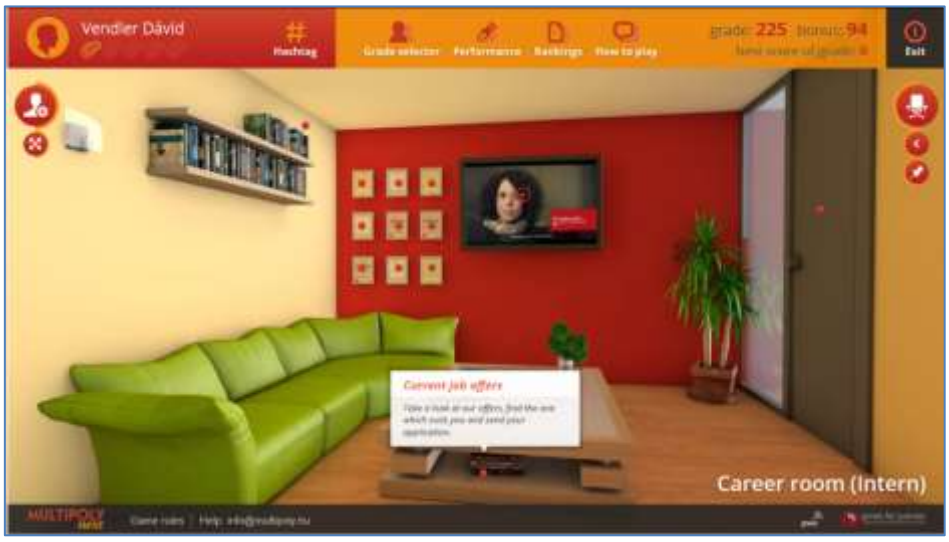
„Multipoly" (PWC)

Az utóbbi évek egyik legismertebb és legnagyobb szakmai visszhangját kapó játékos toborzási megoldása a magyarországi *PricewaterhouseCoopers (PwC)* multinacionális könyvvizsgáló cég *toborzási programját* megvalósító *Multipoly* játék[102]. Ezt egy magyar cég, a *MarkCon Csoport* fejlesztette 2012-ben azzal a céllal, hogy a *PwC* korszerű *motivációs* eszközökkel, saját közegükben legyen képes elérni az *Y és Z generációhoz* tartozó fiatalokat, és egyben egy *vonzó munkáltatói márkát* is építsen[103] (32. ábra).

[101] *http://www.blogging4jobs.com/wp-content/uploads/2013/10/Untitled.png* (letöltve: 2016.01.31.)
[102] http://multipoly.hu (letöltve: 2016.01.31.)
[103] http://www.pwc.com/hu/hu/hr/hr_board_1401/hr_innovacio.jhtml (letöltve: 2016.01.31.)

32. ábra

Multipoly (PwC szimulációs játéka)



Forrás: HR Spirit[104]

Ebben a *kétfordulós játékban* az érdeklődő egy *virtuális felvételi* eljáráson esik át, melyet követően a jelentkező a *PwC virtuális gyakornokává* válik. Ez azt jelenti, hogy első körben PwC *„online" munkavállalójaként* a *Multiploy* szimulációs környezetében[105] *egy virtuális évet* élhet át 12 napon keresztül. Ez idő alatt egy *coach* (tanácsadó) segítségével egyéni és céges *célkitűzéseket* és *feladatokat* kell végrehajtania, – ezek lényegében a *PwC gyakornoki* feladatait jelentik –, amelyek teljesítéséért tevékenységi pontokat kap. A virtuális gyakornokoknak emellett különböző *képzésekre* is kell járniuk, ügyfelekkel *tárgyalniuk*, és adott esetben külső *helyszínekre* is el kell látogatniuk. A virtuális *játék befejezése* után a *legjobban* teljesítők továbbjutnak a *második fordulóba*, ahol már *személyesen* is megmutathatják a tudásukat és rátermettségüket a PwC szakemberei előtt. A toborzási játékban részt vevők általában arról számoltak be, hogy a játék során *fejlődtek szakmailag*, és a *vállalatról* kialakított képük egyértelműen *pozitív irányba* változott[106]. A fejlesztés további hozzáadott értéke, hogy a játék 2012-es elindítása óta egyértelműen nőtt a céghez jelentkező gyakornokok és pályakezdők száma.

Ez a Magyarországon bevezetett játékos megoldás egy új szintre emelte a céges felvételiztetés folyamatát, és a HR területén egy olyan innovatív példává vált, amelyet számos hasonló alkalmazás követett. Ilyen például az *EcoSim* által fejlesztett *Nokia Code Jam*

---

[104] http://www.hrspirit.hu/toborzas/95-toborzas-es-markaepites-jatekkal-a-pwc-es-a-multipoly.html (letöltve: 2016.01.31.)

[105] A játék elsődleges virtuális helyszíne a PwC budapesti székháza, annak különböző helyiségei.

[106] http://www.gamesforbusiness.hu/blog/multipoly-egy-innovativ-toborzasi-megoldas-a-pwc-szamara (letöltve: 2016.01.31.)

programozóverseny *online szabadulószobája* is[107], amely szintén *játékos* megoldással és *szimulációs játékélménnyel* kívánja támogatni a megrendelő Nokia *tehetségtoborzási* és *employer branding* céljait.

Belső hatékonyságnövelés gamifikációval

Az *munkavállalói teljesítmény* növelésére már régóta alkalmaznak különböző típusú *játékmechanizmusokat*, ezek azonban elsősorban *kompetitív* jellegű, *extrinzik (külső)* típusú motivációkat céloztak meg, a *motiváció 2.0*-hoz tartozó jutalom-büntetés eszköztárát használva. Ezek a megoldások jellemzően nélkülözik a belső motivációkra épülő, valós játékélmény elemeit. A dolgozat motivációról szóló, 3.2. fejezetében már érintettük, hogy az *intrinzik* motivációkra épülő környezetekben az *elkötelezettség* is magasabb szintűvé válik, és járulékos haszonként a *teljesítmény* is *javul* (Pink 2009). A *gamifikáció* ebben egy kiváló eszköz lehet, ami azon túl, hogy a *munkavállalók belső motivációját* erősíti, a *kooperatív* attitűdök, a *társas együttműködés* terén is sokat segíthet, ezáltal *maximalizálható* az üzleti *eredmény*. Fontos, hogy a *munkavállalók* tisztában legyenek és azonosuljanak a *vállalati célokkal*, ezzel párhuzamosan a *vezetőknek* pedig figyelembe kell venniük a *munkavállalók személyes céljait*, és azon kell dolgozniuk, hogy a szervezeti és egyéni célok között minél nagyobb legyen az *átfedés*. A *gamifikáció* e területen is fontos szerepet tölthet be, ha sikerül olyan játékosított eszközöket kidolgozni, amelyek révén a *dolgozók céljai összhangba* kerülnek a *szervezeti célokkal*, amely révén létrejön vagy megerősödik a szervezeti *lojalitás*.

„SAP Community Network" (SAP)

Az *SAP* 2003-ban vezette be saját közösségi hálóját, a „*SAP Community Network*"-öt (vagy rövidített nevén: *SCN-t)*, amelyet *2012*-ben *játékosítottak*. A gamifikált rendszer valósághűen *szimulálja* az *ügyfelekkel* való *kapcsolatteremtést* és az arra való felkészülést. Az *SCN* keretén belül a kollégák megoszthatják *tapasztalataikat, segíthetik* egymást az új rendszerek használatában, illetve *megoldásokat* kereshetnek a társaik által feltett kérdésekre is. Ez hasonlóan működik, mint a „*Legyen ön is milliomos*" című műsor, ahol a különböző kérdésekre adott *helyes válaszok* esetén a játékos mindig *szintet* léphet és *jelvényeket* szerezhet. A kérdésekre reagálhatnak üzenetekkel, pontozhatják őket, és kifejezhetik akár tetszésüket is az adott hozzászólásokról. A dolgozók tehát folyamatos visszacsatolásokat kapnak a végzett tevékenységeikről, *pontok, jelvények, kitüntetések* és *szintlépések*

[107] https://www.ecosim.hu/munkaink/nokia_code_jam_verseny (letöltve: 2016.01.31.)

formájában. Az *SAP dolgozói* ranglistán versenyezhetnek, párbajozhatnak egymással, de akár közösen csapatokat is alkothatnak. Az eddigi tapasztalatok alapján a játék összességében *felkészültebbé* tette a dolgozókat a *termék ismertetésében*, a *vásárlóval* való *bánásmódban*, illetve a különböző *találkozók, beszélgetések* és *telefonhívások* megszervezésében is.[108] A játékosított felület bevezetését egy hónappal követően az aktivitás 400%-kal nőtt, a visszajelzések 96%-kal emelkedtek, és több mint 74 000 felhasználó jelentkezett be a rendszerbe (Kumar & Herger, 2013). Az SCN alkalmazásnak a 2013. évre már több mint *200 000 felhasználója* lett, *napi 1 170 beszélgetéssel, 17 000 kedveléssel, 7 000 hozzászólással* és *6 000 értékeléssel* [109]. Összességében a játékosított rendszer bevezetésével *óriási aktivitást* ért el az SAP, amely lényegesen hozzájárult ahhoz, hogy – ezzel egyenes arányban – növelni tudja az *elkötelezettséget* is.

Játékosított crowdsourcing

A közösségi technológiák gyors terjedése igen népszerű tette az ún. „*crowdsourcing*"-ot[110], ami az angol „*tömeg*" („*crowd*") és a „*kiszervezés*" („*outsourcing*") szavak összevonásából jött létre. Bár a *crowdsourcing* évek óta az egyik legerősebb digitális trend, mégis több mint száz éves múltra tekint vissza; természetszerűleg offline vonatkozásban. A „*közösségi ötletbörzé*"-nek is fordítható kifejezés lényegében azt a folyamatot jelenti, amelyben a szervezetek – interneten keresztül – nagyszámú felhasználót, „*tömeget*" vonnak be a különböző *problémáik megoldásába* és *feladataik elvégzésébe*. A tömegek erejét felhasználó, kiszervezett feladatok igen széleskörűek lehetnek, a termékfejlesztési ötletektől kezdve a komplexebb problémákra adott megoldásokig. A játékosított oktatásról szóló fejezetben már találkozhattunk egy ilyen *crowdsourcing* esettel, amikor a *Fold it* nevű puzzle játék során a felhasználók nagyszámú bevonásával sikerült komoly tudományos eredményt elérni.

---

108 http://www.yukaichou.com/gamification-examples/top-10-enterprise-gamification-cases-employees-productive/#.U-VOHJR_vHQ (letöltve: 2016.01.31.)

108 https://www.bunchball.com/sites/default/files/case_study-gamification_sap_community_network-july2013.pdf (letöltve: 2016.01.31.)

108 Jelenleg nincs magyar megfelelője a „*crowdsourcing*" kifejezésnek.

109 https://www.bunchball.com/sites/default/files/case_study-gamification_sap_community_network-july2013.pdf (letöltve: 2016.01.31.)

110 Jelenleg nincs magyar megfelelője a „*crowdsourcing*" kifejezésnek.

Microsoft Language Quality Game (Microsoft)

A *Microsoft* az *egész világon egyszerre* kívánta piacra dobni az új termékét, a *Windows 7-et*. Ez a szándék azért volt igazán érdekes, mert a *Windows korábbi* verzióinál a *különböző nyelvi eltérések ellenőrzésével* mindig valamelyik *helyi*, az adott nyelvterülethez tartozó *céget* bízták meg. Ez esetben azonban a *Microsoft* új, gyorsabb és költséghatékonyabb módszert keresett annak érdekében, hogy a legújabb operációs rendszerének különböző nyelvekre való fordítása során keletkezett hibák javításra kerüljenek. *Ross Smith* ekkor alkotta meg a *Language Quality Game* koncepcióját, melynek segítségével a *Microsoft* a *munkavállalóit* arra ösztönözte, hogy egy *játékosított program* segítségével *találják* meg a *hibákat*, még a Windows 7 megjelenése előtt (33. ábra). Ez a javaslat arra az elképzelésre épült, hogy a Microsoft több mint 90 000 alkalmazottja biztosan lefedi az összes olyan nyelvet, amelyre lokalizálni szeretnék a terméküket. Ennek megfelelően a cég világszerte buzdította az adott nyelvet anyanyelvű szinten beszélő alkalmazottait a *Microsoft Language Quality Game* játékosított applikációjának a használatára. Az *ellenőrzött képernyők száma* volt az a számítási egység, amely alapján a részt vevők előre tudtak haladni egy nemzetközi *ranglistán*, egyéni és csapatszinten egyaránt. A játékosított program végeredménye szerint összesen *4 500 dolgozó* segítségével *500 000 képernyőt ellenőriztek* le, a nyelvi hibák kijavítása céljából[111]. A *nyertesek* egyébként azok a *japán* játékosok lettek, akik még egy szabadnapot is kivettek csak azért, hogy erre a *crowdsourcing* típusú feladatra vagy játékra összpontosíthassanak.

[111] http://www.gamasutra.com/view/news/36824/Serious_Play_Conference_2011_Microsofts_Productivity_Games.php (letöltve: 2016.01.31.)

33. ábra

Microsoft Language Quality Game

Forrás: Microsoft Research[112]

4.3.2.2. Külső, üzleti folyamatok gamifikálása: játékosított sales és marketing

A *céges külső folyamatok* alatt alapvetően a *sales, marketing* és a *branding* folyamatokról beszélhetünk, mely a *felhasználók, ügyfelek* és *fogyasztók bevonzását, megtartását* és *elköteleződésük* kiépítését jelenti. A cégek az ezekre irányuló gamifikációs rendszereikkel *üzleti előnyre* tehetnek szert például azáltal, hogy *szórakoztatóvá* és *izgalmassá* teszik a *termékükkel és szolgáltatásukkal* kapcsolatos tevékenységeket vagy magát a vásárlást. Ahogy korábban már sokszor említettem, a *gamification* kulcsa – természetéből adódóan – a *motivációban*, a célcsoport tagjainak ösztönzésében van. Tekintve, hogy a *marketing* is egyre inkább a pontosan célzott és személyre szabott motiváción keresztül tud érvényesülni, ebből fakadóan a játékosítás az egyik legideálisabb eszköz lehet a marketingesek számára – persze, ha az adott gamifikációs eszköztár valóban szakszerűen van megtervezve. A *játékosítás* tehát alkalmazható *hatékony marketingeszközként* is, mivel *interaktív* módon éri el és vonja be a fogyasztókat, szemben a hagyományos marketingstratégiák egyirányú kommunikációjával.[113] Valójában szinte nincs is olyan területe a marketingnek, amelyet ne érintene a gamification. A teljesség igénye nélkül ilyenek a *bevonás*, a *megtartás*, a *lojalitás*, a *márkahűség* kiépítése, *branding, figyelemfelkeltés, crowdsourcing,* valamint a *szóbeszéd marketing* („*word of mouth*”) folyamat elindítása és fenntartása. Nagy előnye még a gamifikációnak, hogy *gyorsan*, viszonylag rövid idő alatt lehet vele *nagy tömegeket* elérni, akciókat, híreket a fogyasztókhoz eljuttatni, illetve ha az

[112] http://research.microsoft.com/en-us/projects/trueskill/calculators.aspx (letöltve: 2016.01.31.)
[113] http://www.sundoginteractive.com/whitepapers/SUN_WhitePaper_Preston2.pdf (letöltve: 2016.01.31.)

employer brandinget (mint a cég saját marketingjét) is beleszámítjuk, akkor az innovatív módszerek alkalmazása bevonzhatja azt a fiatalabb generációnak számító munkaerőt is, amely manapság már igen nehezen motiválható.

Általánosságban elmondható, hogy napjainkban az ún. *1.0 kommunikációról* (frontális és vertikális kommunikáció) a hangsúly áttevődik a *2.0 interakcióra* (interaktív és horizontális kommunikáció), amelyben a résztvevő a cselekedetei által változtat, fejlődik, és egyben szórakozik is a rendszerben. A *gamification* hozzáadott értéke többek között abban rejlik, hogy a *terméket új tulajdonságokkal* ruházza fel, *új élményeket* nyújt a felhasználónak és a vásárlónak. Nézzünk most pár ismert példát, hogy a nagyobb cégek milyen problémák megoldására kívántak gamifikációs megoldásokat alkalmazni.

Deloitte Leadership Academy

A sokáig belső *HR-problémákkal* küzdő *Deloitte* is *gamifikációs* megoldáshoz nyúlt, amikor megelégelte, hogy belső online platformját célcsoportjának csupán a töredéke használta. A probléma megszüntetésére a Deloitte felkereste a világ egyik legjelentősebb gamifikációs szolgáltatóját, a *Badgeville*-t, munkájuk által végül több mint *47%-kal* nőtt azon *felhasználók száma*, akik visszatérnek a Deloitte felületére, továbbá kimutatható módon nőtt az *elkötelezettség* is[114]. A kollégák a versenyszellemnek köszönhetően egymást ösztönözték a fejlődésre és a tanulásra. *Pontokkal* és *jelvényekkel jutalmazták* a célok elérését, amelyet egy hét napon át követhető *ranglistán* jelenítettek meg. A *Badgeville* fejlesztése végül annyira sikeres lett, hogy a cég a programot külön termékké fejlesztette, és használatát kiterjesztette saját ügyfelei körére is. Ma már több mint 150 országban, 10 000 felhasználója van a vezetői ismeretek fejlesztését célzó „*Deloitte Leadership Academy*" platformnak.

Foursquare

A 2009-ben indított *Foursquare* volt a *gamification* egyik első elsöprő sikerű alkalmazása, amelynek lényege, hogy egy *geolokáción* (helymeghatározáson) alapuló *mobilalkalmazás* segítségével a felhasználók *bejelentkezhetnek* az általuk látogatott *helyekről*, például éttermekből, kocsmákból vagy kulturális intézményekből (34. ábra). A rendszer eredeti célja az volt, hogy a felhasználó – az alkalmazáson keresztül – tudassa a többi felhasználóval, hogy éppen hol tartózkodik. Minden bejelentkezéssel *pontokat* és *jelvényeket* lehet gyűjteni, és másokkal *versengeni*, hogy ki hányszor járt már az adott helyen. Tovább

[114] http://www.clomedia.com/2012/07/23/gamification-deloittes-leadership-learning-motivator/ (letöltve: 2016.01.31.)

növelte a rendszer iránti elköteleződést, hogy bevezették az ún. *mayor* (*polgármester*) rangot, amelyet az a felhasználó kapott meg egy helyszínen, aki az utóbbi időben a *legaktívabb* volt. Ez arra ösztönözte a játékost, hogy *minél többet* járjon arra a helyre, hogy elérje vagy megtartsa ezt a „*tisztséget*", amely azzal az előnnyel is járt, hogy az adott intézmény különböző *kedvezményeket* (pl. ingyen ital) biztosított számára . Ezzel a Foursquare gyakorlatilag egy *reklámfelületet* és kiváló *marketinglehetőségeket* nyújtott céges partnereinek.

34. ábra

Foursquare

Forrás:DotTech.org[115]

A fentiekben bemutatott *kompetitív* helyzeteket tovább erősíti, hogy van egy *ranglista*, amelyen látható, hogy a játékos hány ponttal rendelkezik, és ezzel hol helyezkedik el az *ismerősi körében*. A játékosok ezen kívül a közösségi oldalakon *megoszthatják* a barátaikkal a helyszínhez kapcsolódó különböző *élményeiket* és *tippjeiket* . A Foursquare óriási sikereket ért el igen rövid idő alatt, és már 3 évvel az indulása után, *2012*-ben, *20 millió regisztrált felhasználóval* rendelkezett, és több mint *2 milliárd bejelentkezést* ért el (Zichermann &Linder 2013). 2016-ra pedig már több mint *50 millióra* emelkedett a regisztrált felhasználóik száma, több mint *8 milliárd bejelentkezéssel*[116].

[115] https://dottech.org/188878/9-best-travel-apps-for-android-tip/ (letöltve: 2016.01.31.)
[116] https://foursquare.com/about (letöltve: 2016.01.31.)

„My Starbucks Rewards”

Egy másik sikeres játékosított megoldást a *Starbucks* kávéház dolgozta ki, ahol – a Nike közösségépítés céljával szemben – a gamifikációs fejlesztés elsődleges célja a *fogyasztói lojalitás* elérése volt. A „*My Starbucks Reward*” játékosai minden *vásárlással csillagokat gyűjthetnek* a virtuális *kávéspoharukba*, az összegyűjtött csillagokkal pedig *szintet* léphetnek a rendszerben, illetve ingyen kávét kaphatnak a kávézókban. A fogyasztó elkötelezettségétől függő szintek elérése pedig újabb kedvezményekhez és ajándékokhoz juttatja a játékosokat. A 2009-ben induló program 2013-ra már 6 millió regisztrált játékost foglalt magában, és hetente több mint 80 000 felhasználó kapcsolódott be a játékba[117].

Nike+

A Nike 2006-ban egy olyan *geolokációs* technológiára építő *applikációt* fejlesztett, amellyel a *felhasználók* nyomon tudták *követni* saját *sportteljesítményüket*, az elégetett *kalóriáikat*, a megtett *útvonalat* és a *távolságot* is (35. ábra). A játékosított fejlesztés tehát segítséget nyújt a sportoláshoz szükséges motiváció fenntartásában, izgalmas *játékká* varázsolva ezzel a *futást* is. A cipőkbe helyezhető apró *szenzorok* összegyűjtik az *edzés adatait*, amelyek továbbítódnak a *Nike+ közösségi felületére*, ahol a felhasználók *megoszthatják* eredményeiket az ismerőseikkel, akikkel így *versenyezhetnek* is.

[117] https://www.saavi.com.au/mobile-ordering-starbucks-more-than-50-of-sales-from-mobile/ (letöltve: 2016.01.31.)

35. ábra

Nike+

Forrás: Givex Blog[118]

Az alkalmazásba olyan gamifikációs elemeket építettek be, mint például az *egyéni erőfeszítésekért* járó „*Fuel*" *pontok*, de akár saját célokat és kihívásokat is meg lehet határozni, amikért kitűzőket és jelvényeket kaphatunk. A rendszer folyamatos visszajelzéssel és motiváló üzenetekkel igyekszik fenntartani a felhasználóban a motivációt, amely végső soron a *mozgást* és a *sportolást* igazi *szórakoztató élménnyé* változtatja. A *Nike népszerűsége* ezt követően olyan rohamos mértékben *nőtt*, hogy már 2012-ben több mint 5 millió tagja lett a „Nike+" alkalmazásnak; sőt, 2013-ra a tagok száma megduplázódott, 11 millió főre növekedett. Mindez komoly hatással volt a cipők eladására is, így 2009-re már a Nike birtokolta az amerikai futócipő piac több mint felét (61%)[119]. Ez az alkalmazás összességében tökéletesen illusztrálja, hogy hogyan lehet az embereket a mozgásra, egészségesebb életmódra szoktatni és motiválni azáltal, hogy a futást játékosabbá, társaságivá és szórakoztatóvá teszi.

4.4. A gamification határai, torz értelmezései és tévútjai

Bármekkora lehetőségeket is nyit meg a játékosítás az élet különböző területein, éppen annak hatékonysága és minőségbiztosítása miatt kell beszélnünk a gamification határairól, felhasználásának korlátairól és számos téves értelmezéséről is. Ebben a fejezetben igyekeztem összeszedni azokat a legfontosabbnak vélt negatív tényezőket, nehézségeket és téves

[118] http://web.givex.com/blog/using-gamification-for-customer-engagement.aspx (letöltve: 2016.01.31.)
[119] http://www.adweek.com/news/technology/nike-plus-starts-open-web-99896(letöltve: 2016.01.31.)

irányokat, amelyek a gamifikáció megfelelő, szakszerű működését és széles körű társadalmi elismertségét akadályozzák.

Felvezető gondolatként a *Gartner csoport 2011-ben* megfogalmazott prognózisát idézem, mely szerint a *gamification* csupán egy múló divat, egy olyan „*hype*”, amely a nagy felhajtás után lecsillapodik, és végső soron egyáltalán nem lesz társadalomformáló ereje. Gartner 2012. évi előrejelzése az volt, hogy *2014-re* a *gamification* alkalmazások és rendszerek *80%-a el fog bukni*, amelynek oka elsősorban a *rossz tervezésben* keresendő (Fleming, 2012).

Ebben a fejezetben azokat a tényezőket és téves értelmezéseket gyűjtöttem össze, amelyek ezen prognózis realitását támasztják alá. A felsoroltak közül a legnagyobb probléma, hogy a nagy felhajtásnak köszönhetően egyre többen próbálnak meg „*házilag*”, mindenféle *szakmai megalapozottság* és *hozzáértés nélkül* ilyen jellegű megoldásokat alkalmazni. Jelenleg a gamifikáció üzleti erejét megérző trendlovagok gombamód történő szaporodása miatt komoly *szakmai felhígulás* történik, és a *hozzáértés hiányában* olyan *téves eszközökhöz* nyúlnak, amelyek a *játékosítás* ügyét sajnos még azelőtt *demoralizálják*, mielőtt az képes lenne a társadalmi folyamatokba szervesen integrálódni. Egyre több a különböző gyorstalpaló tanfolyamokon megszerzett vagy könyvekből kiollózott felszínes ismeretekből felvértezett gamifikációs álszakértő, vagy a házilag gyorsan átképzett, szervezeten belüli gamifikátor. Ezeket nevezem „*Garlatánok*[120]”-nak, akik minimális idő- és energiaráfordítással, a játékosítás iránti érzékenység hiányával, de gyors és nagymértékű hasznot várva úgy adják el magukat, mintha valóban a játékosítás omnipotens szakértői lennének. Az ilyen álszakértők körében megszületett módszerek, eszközök és termékek szinte minden esetben kudarcot eredményeznek, és egyben azt a látszatot keltik, hogy a gamifikációs megoldások nem felelnek meg a különböző problémák kezelésére. A kudarc nem csupán azt jelenti, hogy a gamifikáció nem éri el eredeti célját, hanem azt is, amikor más célt ér el, vagy éppen ellenkezőleg sül el, és demotiválja vele az érintett felhasználókat. Erre a problémára világít rá *Werbach* és *Hunter* is, amikor ezt írják: „*Ha a jelenlegi marketing-, és menedzsmentgyakorlatokat illetve a hagyományos jutalmazásokat csak szépen becsomagoljuk, nem fog hozzáadott értéket termelni, sőt akár még ronthat is a helyzeten*.” (Werbach & Hunter, 2012, old.: 11) *Werbachék* azt is állítják, hogy az embereket a *gamifikációban* csupán az *újdonság élménye* fogja meg, ami természetszerűleg egy idő után megkopik, és a felhasználók szép lassan elveszítik a játékosítás iránti érdeklődésüket.

[120] „*Garlatán*”: a „*gamifikációs sarlatán*” kifejezés összevonva

Emellett azonban arra is felhívják a figyelmet, hogy egy helyesen alkalmazott gamifikált rendszer képes olyan iteratív folyamatot előidézni, mellyel hosszabb távon is fenntartható a játékosok figyelme és elkötelezettsége (Werbach & Hunter, 2012). A *Georgia Institute of Technology* professzora, *Ian Bogost* (2011) elég élesen fogalmaz, amikor azt mondja, hogy a gamifikációt valójában csak a tanácsadó cégek találták ki, hogy a videojátékokat bevezethessék az üzleti világba, miközben egyáltalán nem értik a játék lényegét, és hogy miért is szeretnek az emberek játszani. Pontosan ezért terjedt el annyira a sablonszerű, könnyen tervezhető és kezelhető PBL-fókuszú (pontok, szintek, ranglisták elemei) gamifikáció, amely kizárólag az extrinzik és kompetitív motívumokat veszi figyelembe.

Mindezen szkepticista gondolatok után nézzük részletesen azokat a kritikus pontokat, amelyek jelentősen hozzájárulhatnak ahhoz, hogy a gartneri negatív prognózis megvalósulhasson.

1. Gamifikáció, mint játék

Lényeges alapvetés, hogy a gamifikáció mindig ráépül valamilyen már működő folyamatra, és azt támogatja, segíti és optimalizálja, nem pedig leváltja. Míg a játék öncélú, értelme önmagában van, a játékosítás – ezzel szemben – minden esetben valamilyen önmagán túli céllal jön létre. A gamifikáció elsődleges célja tehát nem a szórakoztatás, hanem az adott folyamatok támogatása a játék szórakoztató és élményt nyújtó eszköztárának felhasználásával. A játékosítás nem válthatja ki a munkát vagy a tanulást, hanem azokat kell neki úgy megszíneznie, hogy az érintettek a munkát ne érezzék munkának, a tanulást pedig tanulásnak. Ha pl. egy munkahelyen különböző játékokat vezetünk be hangulatjavítás céljából, legyen az akár egy csocsó, ping-pong vagy konzolos videojáték, annak alapvetően semmi köze sincs a játékosításhoz, mivel az közvetlenül nem integrálódik a támogatandó munkafolyamatokba. Ehhez a gondolathoz kapcsolódik a következő pont, amelyben megemlítem, hogy a megfelelően, szakszerűen alkalmazott gamifikáció – a kommunikációhoz hasonlóan – mindig egy adott rendszerbe épül be, soha sem állhat önmagában.

2. A gamifikációs omnipotencia illúziója

Fontos leszögezni, hogy a gamifikáció *nem egy csodaszer*, nem egy mindenre jó szuperképlet, amelyet bármilyen közegben vagy helyzetben alkalmazni lehet. A játékosításnak természetszerűleg megvannak a maga *korlátai*, vagyis nem lehet mindig és

mindenre alkalmazni, nem oldhatja meg a társadalom vagy a vállalatok alapvető problémáit. A gamification akkor tud igazán jól és hatékonyan működni, ha sikerül mindig az *adott (cél)környezethez* szakszerűen és megfelelően *adaptálni*, és a teljes gamifikációs eszköztárból a valóban releváns motivációs elemek és játékos mechanizmusok kerülnek alkalmazásra. A legalapvetőbb hibát akkor követhetjük el, ha azt hisszük, elég csupán valamiféle értékelő pontszámokat adni a folyamatokhoz, és máris kész a siker. *Zichermann* és *Linder* (2013) szerint a *játékosítás* olyan, mint a *tortán lévő bevonat*: ha a torta tésztája alapvetően rossz ízű, a legfinomabb krémtől sem lesz ízletes a torta. Hiába az ígéretes látvány és az édes külső, az első harapás után jön a csalódás, és többé már nem senki sem akar enni a süteményből. A játékosítás kulcsa, hogy mindig *egy jó alapra, „finom süteményre" épüljön*, hogy az ízes „*gamifikációs öntet*" valóban érvényesülni tudjon.

3. A megfelelő diagnosztika hiánya

Induljunk ki abból, hogy az előző pontban megfogalmazottak fényében már tisztában vagyunk azzal, hogy milyen határai vannak a gamifikációnak; tudjuk, hogy mikor és milyen folyamatokat lehet játékosítani. Ezen a ponton könnyen engedhetünk annak a csábításnak, hogy bármilyen előzetes helyzetértékelés nélkül bevezessünk egy gamifikált módszert vagy eszközt. A gartneri 80%-os jóslás többek között az ilyen helyzetekre vonatkozó fejlesztésekre igaz. Ha nem tudjuk ugyanis, hogy egy adott közegben milyen célok, milyen sajátoságok és milyen problémák léteznek, akkor az előzőleg bemutatott „finom csokival leöntött rossz torta" esete, vagyis a gamifikációnak nevezett eljárás erőteljes kontraproduktivitással járhat. Előzetes és közbenső diagnosztika nélkül ugyanis a játékosítás semmiben sem fog különbözni a szerencsejátékok világától, azaz a fejlesztés vagy sikeres lesz, vagy nem; és ha esetleg eredményes is lesz, az kizárólag a szerencse műve. A gamifikációs eljárást támogató és megalapozó diagnosztikára vonatkozó problémák, hiányosságok az alábbi módon érhetők tetten:

3.a. Kiinduló diagnosztika hiánya

A hiteles játékosítás alkalmazásának egyik legfontosabb feltétele az adott közeg jellegzetességeinek, előzetes állapotának, aktuális helyzetének a felmérése. Ma sajnos a gamifikációs folyamatokat általában nem előzi meg a szervezeti helyzetkép feltárása. A gamification alkalmazása előtt pontosan ismerni kell az üzleti célt és a célcsoport

szegmenseit, motivációit. Az előzetes diagnosztikának véleményem szerint négy fontos eleme van, amelyek mentén érdemes felépíteni a kutatási tervet:

1. a szervezet *általános működésének* és *folyamatainak* ismerete,
2. szervezeti *célok* és *értékrend* feltárása,
3. az adott gamifikációs cél szerinti releváns *problémák, nehézségek* és *akadályok* azonosítása,
4. az érintettek *attitűdjeinek* a felmérése az *innovatív* dolgokkal és fejlesztésekkel kapcsolatban.

Az első három kérdéskör a *szervezeti kultúrának* azon *alappilléreire* világít rá, amelyek a „*tortát*" jelentik *Zichermannék* példájában. Az innovációs érzékenységre vonatkozó negyedik kérdés pedig azért fontos, hogy lássuk, milyen az adott közeg *ellenálló* vagy a *befogadó* attitűdje, vagyis egy gamifikációs eljárás kezdetekor milyen *alapbeállítottsággal* számolhatunk. A *kiinduló diagnosztika* lépései az alábbi lépések szerint javasolt.

Első lépésként fontos predefiniálni az elérendő célokat, hiszen enélkül értelmét veszti a rendszer. A célok mellett ugyanilyen fontos a célcsoportok definiálása is, hiszen annak megfelelően kell kiválasztani a rendszer elemeit, figyelembe kell venni a demográfiai adatokat és a technikai nyitottságukat.

Második lépésként – a pszichológiai dimenziók kiemelt figyelembevételével – le kell fektetni azokat a szükséges lépéseket, melyekkel el lehet érni a célt. Folyamatos fejlesztéssel lehet kialakítani azt a rendszert, amely minden igényt kielégít, és valóban hatásos motiváló erőként bírhat.

Harmadik lépésként integrálódnak azok a játékelemek, melyek alkalmasak az elvárt viselkedés kiváltására. A játékelemek ugyanis lehetőséget biztosítanak bizonyos cselekvésformák kialakítására, melyek „beindítják" a felhasználókat. Továbbá – a program hosszától függően – gondolni kell a folyamatos fejlődési lehetőségekre, a hosszú távú struktúra kialakítására is, amely mindig meg tud újulni, és így fenntartani a kezdeti motivációt.

3.b. Rossz diagnosztika

Tételezzük fel, hogy a gamifikációs folyamatok során megtörténik az előzetes kiinduló diagnosztika, azonban még ebben az esetben sem mondhatjuk, hogy sikeresen teljesítettük ezt

a feladatot, és automatikusan továbbléphetünk a gamifikáció bevezetése felé. Amennyiben ugyanis a diagnosztikához szükséges pszichológiai, szervezetfejlesztési és más, az adott problémához kapcsolódó szükséges szakértői kompetenciák nem állnak rendelkezésre, könnyen lehet, hogy egy rossz látleletből fogunk elindulni[121]. Ha nem tárjuk fel pontosan, hogy a munkavállalók, a tanulók, vagy akár a tanárok és a vezetők valójában miért demotiváltak, akkor a fejlesztés nem lesz releváns, és elkönyvelhetünk egy kudarcos gamifikációt. Egyáltalán nem mindegy, hogy egy munkavállaló egzisztenciális, szervezeti, kommunikációs vagy az adott munkakörhöz kapcsolódó tényezők miatt feszült vagy éppen unott. Ez a játékosítás talán legfontosabb kérdése és a legkritikusabb pontja. A fő kérdés ugyanis mindig az, hogy „*pontosan mi a baj*?". Ha például az alkalmazott nagyon szereti és örömmel végzi a munkáját, de mégsem szeret a munkahelyén dolgozni, mert a főnöke stílusa és elvárásai nyomasztóak, akkor a gamifikáció meddő lesz egy e-learninges rendszer optimalizálásában. Ez a kérdéskör visszautal e fejezet 2. pontjához, melyben azt a feltételezést mutattam be, amikor az alkalmazók azt hiszik, hogy a játékosítás mindenre jó.. Ha tehát a probléma gyökere abban van, hogy a személyes ellentétek vagy az elégtelen belső kommunikációs folyamatok miatt nem történik meg az elvárt munkavállalói/tanulói teljesítés, akkor a gamification szerepe minimálisra csökken.

3.c. Közbenső diagnosztika hiánya vagy nem megfelelő mivolta

Fontos, hogy a gamifikáció bevezetését követően is folyamatosan, vagy legalábbis rendszeres időközönként kapjunk visszacsatolást az érintettek részéről. Látni kell, hogy a kezdeti helyzetkép hogyan és mennyire mozdult el, illetve ennek okait és összefüggéseit is ismernünk kell. A gamifikációs rendszerekben mindig kell egy bizonyos fokú rugalmasságnak lennie, hogy időközben legyen mód a rendszer finomhangolására. Ehhez az esetleges módosításhoz kellenek a közbenső diagnosztika által feltárt adatok és tanulságok. Ha ez elmarad, akkor a rendszer merevvé válhat, így könnyen megszűnhet a személyreszabottság és a felhasználói élmény. Fontos tehát figyelembe venni, hogy a gamifikált elemek jól illeszkedjenek azokhoz a struktúrákhoz és programokhoz, amiket játékosítani akarunk. Ennek hiányában a gamifikáció nem lesz hatékony.

4. Személyreszabottság hiánya

[121] A problémák feltárásának finomhangolása során érdemes a statisztikai hipotézisvizsgálatban jól ismert „*elsőfajú hiba*" és „*másodfajú hiba*" szerint elválasztani a tényezőket.

Az előző pontban a gamifikáció bevezetését és optimális működését támogató diagnosztika szükségességéről volt szó. Ez közvetlenül átvezet ebbe a pontba, ami arról szól, hogy egy rendszernek mindig figyelembe kell vennie azokat a sajátosságokat, amelynek keretei között a játékosítási folyamatot alkalmazni szeretnénk. Ez az alábbi két területen érhető tetten.

4.a. Irreleváns motivációkra építés

Ahogy az *F-modellt* bemutató fejezetben is bemutattam, egyáltalán nem mindegy, hogy a gamifikációs folyamatokban érintett *személyeket* alapvetően milyen *motivációs erők* hajtják; mi a fontos számukra, és mi az, ami egyáltalán *nem érdekli* őket. A motivációs design tervezése során mindig szem előtt kell tartani, mind az (1) *egyéni* szintű, mind a (2) *szervezeti* problémát feloldani kívánó *közösségi* motivációkat. Ha ezeket nem vesszük figyelembe, és nem történik meg a megfelelő diagnosztika, illetve az erre épülő módszertan, akkor kontraproduktív lehet a játékosítás, ami legfeljebb csak *mesterséges sikerélmény* nyújtására lesz képes.

4.b. Releváns kompetenciák figyelembe nem vétele

A motivációhoz hasonlóan itt is hasonló a helyzet, vagyis a játékosítás során látnunk kell, hogy az érintettek a releváns területeken milyen kompetenciával, milyen képességekkel rendelkeznek. Emlékezzünk a *Flow-élmény* egyik alaptézisére, mely szerint egy ember akkor kerülhet csak az „áramlat-élménybe", ha az a képességeihez igazodik.

5. Extrinzik-centrikus gamifikáció (ECG)

Korábban már beszéltünk az *intrinzik* motiváció jelentőségéről a 3.2.1. fejezetben, ahol arra hívtuk fel a figyelmet, hogy egy jó *játékosítás* mindig figyel a *belső motivációkra,* a *Flow-élmény* biztosítására. Ebben a részben természetszerűleg ennek ellenkezőjéről lesz szó, vagyis arról, hogy miért is veszélyes a *külső, extrinzik* típusú ösztönzés a játékosított rendszerekben. *Werbach* és *Hunter* (2012) arra figyelmeztet, hogy az erőteljes külső motivátorok leépíthetik a belső motivációt. Ha az elvégzett munkáért rendszeresen sokféle jelvényt vagy más jutalmat kapnak a dolgozók, egy idő után már nem a munka vagy a tanulás lesz számukra a fontos, hanem a jelvények felhalmozása, a pontok számolgatása, mivel a kontroll a belső folyamatokról átkerülhet a külsőkre. Minél kevesebb tehát az intrinzik elem, annál kevésbé a játék lesz a lényeg, sőt, egyre inkább magát a játékot tekintik legyőzendő

kihívásnak. A külső ösztönzők további nagy veszélye ugyanis az *adaptáció,* vagyis az a jelenség, amikor az emberek olyannyira hozzászoknak a kapott jutalmakhoz, hogy azok elmaradása esetén egyre jobban lecsökken a játékos tevékenységek belső öröme. Ez a helyzet csak még tovább romolhat, amikor mindezt még *versennyel* is fokozzák, maximálisra állítva ezzel a külső teljesítménykényszert. Több kutatás is igazolja, hogy a *rangtábla* alkalmazása sok esetben nemcsak a játékélmény elvesztésével jár, hanem maga a teljesítmény is romlani kezd. Erre jó példa az, amikor a kaliforniai *Disneylandben* a *takarítók* számára bevezettek egy nyilvános pontrendszert, amelynek alakulását végig nyomon követhették, és össze tudták hasonlítani, hogy ki milyen gyorsan, milyen minőségben végezte el a munkáját. Ez a versenyeztetés igen rosszul sült el, amelyet az ott dolgozók egyszerűen csak *elektronikus ostornak* neveztek el. A takarítók ugyanis attól féltek, hogy rossz teljesítmény esetén elveszítik az állásukat. Ez a versenyhelyzet *folyamatos stresszt* jelentett számukra, így pl. nem is mertek szünetet sem kivenni.

Összefoglalóan azt a „*játékosítást*", amely során nem történik semmi más, csak különböző *pontok, szintek, ranglisták* („*PBL*") alkalmazása, miközben a többi játékelemek (részletesen erről a 4.2.2. fejezetben olvashatunk) nem kerülnek beépítésre, azt a szakirodalom és a játéktervezők egy része *nem tartja gamifikációnak,* hanem kritikusan *„pointsification"*-nek (*pontszámosításnak)* nevezi. „Pointsification" az, amikor nem a játékélményen van a hangsúly, hanem az eredményességhez köthető külső díjakon és más jutalmakon.

6. Interaktivitást és participációt ösztönző jelleg hiánya

A játékok világának egyik legmeghatározóbb tényezője, hogy a játékosokat aktívvá teszi, különböző tevékenységekre sarkallja, és egy bizonyos szintű kreativitást és problémamegoldást is megkövetel. Ennek a tényezőnek a játékosításban alapszinten jelen kell lennie. A játékosoknak értelmes választásokat, döntési lehetőségeket kell biztosítani, nem elég, ha csak passzív módon sodródnak az eseményekkel, aktívan részt kell venniük a játékban. Egy olyan gamifikált rendszer, amely a bevont felhasználót nem ösztönzi érdemi aktivitásra és megengedi a passzív részvétel opcióját is, az nem számít jó gamifikációnak. A játékosításban az interaktivitás biztosítása elemi feltétel.

7. Rendszerintegráció hiánya

Ahogy korábban már többször is említettem, a gamifikáció nem úgy működik, mint egy játék; hiszen a játékosítás sosem állhat önmagában, hanem mindig valamilyen adott folyamathoz, egy meglévő rendszer működésébe kell bekapcsolódnia, azt támogatnia vagy optimalizálnia. Téves kijelentést tesz, aki azt mondja, hogy íme, itt van egy önmagában működő gamifikációs termék. A gamification olyan, mint a kommunikáció: horizontálisan, minden ponton képes segíteni a folyamatokat, de mindig az adott területekhez kapcsolódik be. Egy szervezetet nem lehet gamifikálni, csak annak belső és külső folyamatait, rendszereit. Így pl. egy adott toborzási, kiválasztási folyamatot tudja támogatni, vagy egy meglévő e-Learninges rendszert optimalizálni. Összefoglalóan egy jó játékosításban mindig tetten érhető a rendszerintegráció, azaz a már meglévő folyamatokat biztosító rendszerek és a gamifikációs módszereket alkalmazó rendszerek találkozása, integrációja.

8. A megfelelő humán támogatás hiánya

A legjobban megtervezett és elkészített gamifikációs eszközök is elbukhatnak ezen a ponton. Egyáltalán nem mindegy, hogy már a bevezetéskor milyen a rendszerhez kapcsolódó kommunikáció, hogyan vezetik fel az új folyamatot az érintettek felé, és milyen a rendszerhasználat edukációja. Az oktatás világát tekintve tudjuk, hogy milyen sok múlik a pedagógus személyén, személyiségén, de hasonló a helyzet a munka világában is, a HR tekintetében. Ha például egy tanár nem motiválja a diákjait, és csak a játékosítás eszközeire hagyatkozik, az már az elején elakasztja a folyamatokat. Ha azonban a motivációval nincs gond, de hiányoznak a szükséges kommunikációs és szakmai kompetenciák a gamifikációs eszköz használatának bemutatásához és tanításához, akkor sajnos a gamifikációs folyamat sikeressége ezen a ponton könnyen véget érhet.

Sok tapasztalat árulkodik arról, hogy még akkor is szembetalálhatjuk magunkat *kezdeti, negatív ellenállással és szkepticizmussal*, ha erre objektív okot nem találunk. Az újdonságtól és a külső beavatkozástól való félelem nem ritka jelenség, amit valamilyen módon fel kell oldani, és átbillenteni pozitív tartományba. Sokszor tetten érhető a változástól való félelem, mivel egy szervezeten belüli új szituáció sokszor bizonytalanságot eredményezhet.

Természetesen előfordul, hogy ennek a másik végletével találkozunk, amikor olyan *mértékű a pozitív, előzetes várakozás*, a rendszerbe vetett illúzió, hogy annak nagy valószínűséggel negatív csalódás lesz a vége. Ennek oka legtöbbször nem a humán kompetencia hiánya, hanem a szolgáltató részéről történő omnipotencia illúziójának a keltése a játékosított eszközzel kapcsolatban.

Fontos tehát minden eszközhöz valamilyen minimális belső vagy külső humánerőforrást allokálni, olyan személyeket, mentorokat, akik a megfelelő szakmai és humán kompetenciával felvértezve legalább a kezdeti, kritikus folyamatokat segítik.

9. Kötelezővé tett részvétel

A gamifikáció során az egyik *legsúlyosabb problémát* jelenti , ha használatát *kötelezővé* teszik egy adott közegben. Az *önkéntesség* a játék és a játékosítás egyik alappillére, amit még *Huizinga* is első helyen kiemelt (Huizinga 1944: 16). Senkit sem szabad egy játékos tevékenységbe való bevonásra kényszeríteni, mert ha még a nyomásnak enged is, később belülről ellenáll, és demoralizálja az egész működést. Ezért, ahol egy játékosított folyamatban kötelező jelleggel kell részt venni, az a kezdeményezés szinte biztosan kudarcba fullad.

10. Vezetői kontroll és manipuláció

Amikor a *Pew Research Center* 2012-ben végzett kutatásában több mint ezer embert megkérdezett arról, hogy mit gondolnak a játékosítás jövőjéről, kiderült, hogy a gamifikációra többen *kétélű fegyverként* tekintenek. Az nyilvánvaló, hogy a gamification szórakoztató, és képes segíteni a különböző folyamatokat, de emellett megvan az a veszélye is, hogy *manipulatív és alattomos* célokat is szolgál. A kutatás során negatív tényezőként említették még a játékfüggőség és a játékszenvedély kérdését, valamint a versenyszellem negatív hatását is. A megkérdezettek egy része arra figyelmeztetett, hogy a játékosítással az emberek életébe úgy kúszhat be a manipuláció ezen modern formája, hogy azt észre sem veszik (Anderson & Rainie, 2012b). Sokan éppen e veszély miatt jósolják a gamification gyors leáldozását, hiszen az emberek csalódni és tiltakozni fognak, ha azt veszik észre, hogy a játékosítás eszközeivel próbálnak belőlük hasznot húzni, vagy rávenni őket olyan dolgokra, amiket egyébként nem akarnának. Ennek fényében a munkahelyi környezetben nagyon oda kell figyelni, hogy a dolgozók egy pillanatig se érezzék úgy, hogy a játékosított rendszereken keresztül folyamatosan ellenőrzötté és manipulálhatóvá válnak. Különösen veszélyes ez, ha a játékosítás versenyszerű teljesítménykényszerre épül, amely frusztrációhoz vezethet (Singer, 2012). Bár az a cél, hogy a gamifikáción keresztül összemérjük a kollégák teljesítményét, nem rossz elképzelés, de megfelelő kommunikáció hiányában mindez csupán a vezetői kontroll egy újabb eszközének tűnhet.

A *manipulatív gamifikáció* fentiekben bemutatott veszélyein túl sajnos felmerülhetnek olyan *jogi problémák* is, mint például a játékosok *személyes adatainak* azonosítása és biztonságos kezelése (Cramer et al., 2011). Sokan a játékok és játékosított eszközök platformjain *közzétett személyes információk kihasználásától* tartanak, amit tovább súlyosbít az a helyzet, hogy a felhasználók jó része egyáltalán nincsen tisztában az általa kiadott adatok kezeléséről. A jövőben tehát feltétlenül szükséges lesz egy erre vonatkozó jogi szabályozás, az adatvédelmi és adatkezelési szabályok megalkotása.

A fentiekben megfogalmazott és részletesen kifejtett kritikát követően a gamification-ről szóló fejezetet szeretném pozitívan zárni, és a fenti negatív állításokat megfordítva felsorolni, hogy véleményem szerint melyek egy jó gamifikációs folyamat legfontosabb kritériumai és lépései. A gamifikációs módszerek és eszközök fejlesztésével kapcsolatosan az alábbi 10 pontban foglalom össze a javaslataimat, szempontjaimat.

1. A gamifikáció *soha se legyen játék*, ne helyettesítse az adott folyamatokat, hanem azokba szervesen épüljön bele, azokat *támogassa és optimalizálja*.
2. A játékosítás *nem mindenható* csodagyógyszer, viszont – a kommunikációhoz hasonlóan – horizontálisan *minden területen képes ottlenni* és segíteni a motivációs folyamatokat.
3. Minden gamifikációt meg kell hogy előzze egy *alapozó, szakszerű diagnózis*, a kiinduló helyzet pontos feltárása érdekében, majd ezt követően a játékosítási folyamatok alatt is kell egy újabb ellenőrző diagnosztika.
4. Valamilyen szinten minden gamifikált eszköznek *személyreszabottnak* kell lenni, és alkalmazkodnia kell a releváns motivációkhoz és kompetenciákhoz.
5. Egy jó játékosított eszköznek az alapvető pszichológiai szempontoknak és elvárásoknak is meg kell felelnie, így többek között biztosítania kell a *belső, intrinzik* típusú motivációs tényezőket, és kerülnie kell a *„pointsification”*-t.
6. Egy jó játékosítás mindig figyel a *rendszerintegrációra*, vagyis a gamifikációs módszerek a már meglévő folyamatokba épülnek bele, azt segítik és optimalizálják.
7. A játékosítás *interaktivitást* is igényel, így a rendszernek ösztönöznie kell a játékost az érdemi aktív részvételre, és nem szabad megadnia annak a lehetőségét, hogy a játék során a játékos passzívvá válhasson.
8. Fontos a gamifikációs eszközökhöz valamilyen minimális, belső vagy külső *humánerőforrást* allokálni, olyan személyeket, *mentorokat*, akik a megfelelő szakmai és humán kompetenciával felvértezve segítik legalább a kezdeti, kritikus folyamatokat.

9. A gamifikációban biztosítani kell az *önkéntesség* elvét, senkit sem szabad kényszeríteni egy játékos tevékenységbe történő bevonásra.
10. A munkahelyi környezetben mindig oda kell figyelni, hogy a dolgozók egy pillanatig se érezzék úgy, hogy a játékosított rendszereken keresztül *ellenőrzötté* és *manipulálhatóvá* válnak.

5. A DISSZERTÁCIÓ ÖSSZEFOGLALÁSA ÉS SZUBJEKTÍV KÖVETKEZTETÉSEK

A disszertációmat egy olyan *szubjektív* előszóval indítottam, amely keretet adott az egész kutatásomnak. Most, hogy a befejező mozzanathoz érkeztünk, szeretném összefoglalni a „*Homo Ludens társadalma küszöbén*" cím alatt leírt gondolatokat és tanulságokat. Azonban úgy érzem, hogy igazán hitelessé akkor válhat mindez, ha az utolsó, összegző gondolatok is ugyanazon szubjektív indíttatásból és célból táplálkoznak, amelyek mindvégig fontos motivációs táptalajául szolgáltak a disszertációm megvalósításához, illetve az azon túlmutató, remélhetőleg széles körben elterjedő „*JátékosLét*" *szemlélet* kialakulásához. Mindenekelőtt röviden összefoglalom, hogy a disszertációm során *honnan hova jutottunk*, mi volt az elsődleges *kiindulópont*, és mindezt a dolgozatban hogyan sikerült fokozatosan *kibontanom*.

5.1. A dolgozat rövid összefoglalása

Az első fejezetben a disszertáció esszenciáját jelentő *Homo Ludens* és a *játékos világszemlélet* társadalmi és kultúrtörténeti *jelentőségére* hívtam fel a figyelmet. Ez az a kontextus, amelynek kereteiből a *2010-es évek elejére* szervesen fejlődött ki a *gamifikáció* igénye és az igényeket kielégítő játékos eszköztára. Ennek a folyamatnak az *életre keltője* valójában a XX. század végére berobbant *információs társadalom digitális forradalma* volt, amelynek egyik legdominánsabb eredménye a *videojáték iparág* megszületése és rendkívül gyors elterjedése.

A második fejezet ezt a folyamatot mutatja be részletesen: az információs társadalom alapjaitól indulva az első digitális nemzedékek, netgenerációk megszületésén át egészen a virtuális világok és a közösségi online játékok alternatív valóságáig.

Ezek az *új világok* teljesen *új motivációs kultúrát* keltettek életre, melynek gyökere a *játékoknak az* ember *belső motivációit* aktiváló erejében rejlik. A világ így hamar felfigyelt a *játékok pszichológiai* és *társadalmi jelentőségére* és immerzív *hatásmechanizmusára*. Az első időszak negatív kicsengése után – a *gamification 2010*-es kirobbanása következtében – a *2010-es évek közepétől* már a *videojátékok pozitív és fejlesztő hatásait* kezdték egyre mélyebben *kutatni*. 2011-ben ennek jegyében indítottam útjára a „*JátékosLét*"*nevű kutatásomat*, amely longitudinális módon, a magyarországi populációban mérte fel a játékosok sajátos világát, kultúráját, és különösen azokat a motivációs tényezőket, amelyek óriási erővel képesek minden generációt megmozgatni. Ennek eredményeképpen született

meg az az „*F-modell*”, amely arra hivatott, hogy olyan *játékmotiváció-tipológiát* hozzon létre, amely lényeges kiinduló pontjául szolgálhat a *gamifikációs* eljárások *személyreszabottságának* biztosításához.

A dolgozat csúcspontját a negyedik fejezet jelenti, hiszen a korábbi megalapozó fejezetek után elérkeztünk a *gamification jelenségének* pontos megismeréséhez. A gamifikáció meghatározásában és filozófiájában látványosan tetten érhető az előző pontban írt felismerés, mely szerint a *videojátékok* világa valójában nem csupán a netgenerációnak egy veszélyekkel teli hóbortja, hanem egy olyan, gyökeresen *új kultúrának* és *látásmódnak* a forrása, amelynek *motivációs* erejét a játékon kívül is érdemes felhasználni. A *gamifikáció fogalma* ezt kiválóan tükrözi, amikor azt mondja, hogy a *játékosítás* nem más, mint a különböző *játékmechanikai* és *játékdinamikai* elemek, valamint ezen elemekre épülő, belső, intrinzik motivációt célzó *játékélmény* átültetése *játékon kívüli környezetbe*. Ezzel végső soron elérkeztünk arra a fordulópontra, amikor a *Huizinga* által megálmodott *Homo Ludens* típusú *ember* immár *intézményes* szinten is *megjelenik*. Ennek igazolására az utolsó fejezetben számos példán keresztül vizsgáltuk, hogy a *gamification* milyen formában jelenik meg *oktatási* és *céges környezetben*, és hogyan formálja át fokozatosan ezeket a területeket.

5.2. Szubjektív következtetések, a „játékos világszemlélet” megfogalmazása

Disszertációmban a *Huizinga* által bevezetett „*Homo Ludens*” eszmevilág mindvégig a *kutatás központi motívumát* és kiindulópontját képezte. Hat évvel ezelőtt ebből a gondolatkörből született meg a *disszertációm ötlete és célja*, amely mentén elkezdtem felépíteni a hosszú távú *kutatási tervemet*. A 2010 óta tartó kutatásom során az online játékok és játékosok világának felméréséből eljutottam az időközben újdonságként berobbant gamifikációs folyamatok működésének megismeréséhez és részletes feltérképezéséhez. A több mint fél évtizedes kutatásom összegzésénél számomra egyértelművé vált, hogy a gamification 2010-es kirobbanása, és használatának széles körű elterjedése a közel 80 évvel ezelőtt megálmodott *Homo Ludens* manifesztumát jelenti. Ezidáig igen nehéz volt a gyakorlatban elképzelni, hogy a *Homo Ludens* milyen formában képes testet ölteni. Sokáig talán úgy tűnhetett, hogy ez az egész gondolatkör egy álmodozó kultúrfilozófus személyes elképzelése, egy utópisztikus naiv vágy az emberiség szép jövőjéről. A *XX. század negatív* történelmi eseményei, gazdaságcentrikussá váló folyamatai, a hagyományokban megkövült intézményrendszerei és büntető-jutalmazó motivációs mechanizmusai nem sok esélyt adtak

arra, hogy ez az álom a realitás felé közeledjen. A *társadalmi válságok* sorozata, a ’68-as értékforradalomtól a nagy autokrata társadalmi rendszerek és diktatúrák összeomlásáig, valamint az *internet* 90-es évektől történő megjelenése és elterjedése azonban *gyökerestül átalakította* a sok évezredes *társadalmi intézmények* működését. Ezen tendencia révén jöttek létre a különböző *netgenerációk* (*Y, Z* és *alfa*), amelyek már egy teljesen *új világszemlélettel* szocializálódtak.

Mindennek a folyamatnak a végén megjelent a *gamification*, mint korszerű *motivációs eszköz*, és megkezdte világhódító útját, és ereje sorra mutatkozott meg a legkülönbözőbb területeken. A folyamatosan leépülő és az összeomlás felé tartó intézményrendszerek – különösen az oktatás és a munkahelyi környezet vonatkozásában – hirtelen esélyt kaptak arra, hogy a jövőt jelentő, *új generációk tagjait* mégiscsak képesek legyenek *bevonni* a *folyamataikba.* A játékosítás talán legnagyobb értéke éppen ebben rejlik, hogy bevitte a köztudatba a *játékok értékeinek* üzenetét, és elkezdte megtölteni tartalommal a kiüresedett intézményeket. A gamifikáció megjelenése és elterjedése révén úgy tűnik, hogy a globális társadalmi szintű *motivációs válság* állapota hamarosan *véget* ér.

A másik nagy újdonság, hogy mindez a változás egy olyan gyökeresen *új szemléleten* alapszik, amely *nem „felülről”*, az intézmények által előírt morális és jogi elvárások nyomására, hanem a természetes *emberi motivációinkból* táplálkozva jön létre. Nem véletlenül fogalmazott úgy *Huizinga,* hogy az *emberi kultúra a játékból* indul, és ebben is bontakozik ki. Ezt a szemléletet neveztem el „*játékos világszemléletnek*[122]”, amely a *gamifikáció* talán legfontosabb hozadéka. Ez egy olyan *attitűdöt* jelent, amely során az egyén a *saját életének minden mozzanatában,* a *maga természetességében* képes alkalmazni *játékos elemeket*: egyrészt (1) a *hétköznapi helyzetek és problémák* mindennapos kezelése terén, másrészt a (2) nagyobb jelentőségű *élethelyzetek értékelésénél* és meghatározó a *döntéseknél*. A „*szabadsági fok*” növelése véleményem szerint a *játékok* világának *legfontosabb funkciója*. Nagyon fontos, hogy a játékos szemléletben első helyen a *gondolkodás szabadságának* „kitágítása” legyen, amelynek a segítségével megtanulhatunk *alternatív* módon *gondolkodni,* és *más világokba* belehelyezkedve az *ismeretlen* vagy *idegennek* gondolt világokat jobban *megérteni*. Ez azonban nemcsak az empátiának, a mások világa iránti megértésé növelését célozza, hanem elsősorban a saját életünk „kitágítását”, játékosítását is jelenti. Ha például hirtelen egy *nehéz helyzetbe* kerülünk, és úgy érezzük, hogy innen *nincs kiút*, ez a szemlélet rögtön arra sarkall, hogy – a stresszhelyzetet lényegesen lecsökkentve – több *alternatív*

[122] Angolul így fordítanám: „*Game-based mindset*”

megoldást dolgozzunk ki, és azokat ki merjük *próbálni*. A *virtuális valóság* technikái is erre a *mechanizmusra* épülnek, amely főként a különböző *fóbiák gyógyításánál* jelenik meg, amikor egy virtuális közegben *ki merünk próbálni* olyan dolgokat, amelyeket a valóságban nem. Ez a szemlélet nem csupán az életünk problémás helyzeteiben képes segíteni, hanem éppen ellenkezőleg: olyankor is, amikor *mindenünk megvan*, amikor gyakorlatilag semmilyen komolyabb *problémánk nincs*, de már elkezdődött az *adaptáció*, vagyis a *jólléthez való hozzászokás* alattomos folyamata. Egy *játékos térben* ugyanis azt is elképzelhetjük, hogy milyen *lehet* az életünk egy olyan világban, amikor *hiányoznak* a jelenleg rendelkezésre álló *anyagi*, *egészségügyi*, *munkahelyi* vagy *családi*, *párkapcsolati* körülményeink. Ha ezeket az *alternatívákat* is végigjátsszuk, akkor az egyén *jobban fogja értékelni* a meglévő dolgait, és *felkészültebbé* válik egy olyan *kritikus* helyzetre, amikor kimozdulva a komfortzónájából *megfosztódik* a rendelkezésére álló pozitív körülményektől. Ebben a szemléletben a *gamifikációt* és a játékos működést *nem* csupán egy hatékony *eszköznek*, *módszernek* vagy *technikának* tekintjük, hanem elsősorban egy olyan *attitűdnek*, amely átjárja a *hétköznapi gondolkodásunkat*. Amennyiben a – trendeknek megfelelően – a *gamification* eszköztárának valóban sikerül beépülnie a különböző *intézményrendszerek* működésébe, annak járulékos haszna a *játékos értékrend internalizációja* lehet, amely jelentősen hozzájárulhat ahhoz, hogy a fentiekben leírt *játékos világszemlélet* tömegesen és széles körben *elterjedjen*. Ha ez megtörténik, elmondhatjuk végre, hogy a *Homo Ludens „életre kelt”*, és elindultunk egy *új, játékosabb társadalmi forma* felé.

Utolsó gondolatként egy olyan képpel zárnék, amely már évtizedek óta végigkíséri a gondolkodásomat. Ez a kép villan be mindig, amikor az emberek apró, kicsinyes panaszaival és hétköznapi zúgolódásaival találkozom. Ez a kép két párhuzamos jelenetből áll, és mindig elmosolyodok, amikor arra gondolok, hogy mi is a kettő között a különbség. *Elindul az utcán egy játszadozó gyerek, aki váratlanul megbotlik, és a földre esik. Az esés után a gyermek automatikusan felnevet, kacag rajta, mert ezt a helyzetet szórakoztatónak, játékosnak tartja. Elindul az utcán egy komoly felnőtt, aki váratlanul megbotlik, és földre esik. Az esés után a felnőtt automatikusan feljajdul, szitkozódni kezd, szégyenkezve körülnéz, mert ezt a helyzetet bosszantónak és méltatlannak tartja.*

Nagyon emlékszem arra az érzésre, amikor kiskoromban szabályosan féltem attól, hogy milyen unalmas lesz majd felnőttként élni, játékok és örömök nélkül. Akkor megfogadtam, hogy soha sem leszek igazán felnőtt, de ha mégis, akkor én biztosan mindvégig meg fogom őrizni a gyermeklét alapvető örömét. A „*JátékosLét*” gondolat és a *játékos*

világszemlélet – amelynek egyik legfontosabb manifesztuma ez a *disszertáció* – megmutatta számomra, hogy végül sikerült megtartani a gyermekkori fogadalmamat, és úgy tudtam felnőtté válni, hogy közben a gyermeki lét játékossága is megmaradt. Sőt mi több, teljesen és szervesen beépült az életem minden lényeges mozzanatába. Ez számomra a *Játékos Lét*.

6. FELHASZNÁLT IRODALOM

- Anderson, J. Q. & Rainie, L. (2012a): *The Future of Gamification.* Pew Research. Elérhető az interneten: http://www.pewinternet.org/2012/05/18/the-future-of-gamification/ (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Anderson, J. Q. & Rainie, L. (2012b): *Gamification: Experts expect 'game layers' to expand in the future, with positive and negative results.* Pew Research Center's Internet & American Life Project. Elérhető az interneten: http://www.pewinternet.org/files/old-media/Files/Reports/2012/PIP_Future_of_Internet_2012_Gamification.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Anguera, J. A., Boccanfuso, J., Rintoul, J. L., Al-Hashimi, O., Faraji, F., Janowich, J., et al. (2013): *Video game training enhances cognitive control in older adults.* Nature, 501 (7465): 97-101.
- Avedon, E. & Sutton-Smith, B. (1971): *The Study of Game*. J. Wiley, NY.
- Bandura, A. (1986): *Social Foundations of Though and Action: A Social Cognitive Theory.* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall: 169-195.
- Barbarics, M. (2015): *Iskolai értékelés gamification alapokon.* Oktatás-informatika. 7(1): 43-61. Elérhető az interneten: http://www.eltereader.hu/media/2015/07/Okt_inf_DNK_0714_READER.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Bartle, R. (1996): *Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who suit MUDs.* Journal of MUD Research, 1(1). Elérhető az interneten: http://mud.co.uk/richard/hcds.htm (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Bartle, R. (2003): *Designing Virtual World*. Indianapolis, New Riders Publishing.
- Beza, O. (2011): *Gamification - How games can level up our everyday life?* Amsterdam: VU University.
- Bishop, J. (2009): *Enhancing the understanding of genres of web-based communities: The role of the ecological cognition framework.* In: International Journal of Web-BasedCommunities, 5(1): 4-17.
- Bogost, I. (2011): *Gamification is Bullshit.* Elérhető az interneten: http://bogost.com/blog/gamification_is_bullshit (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Book, B. (2006): *Virtual Worlds: Today and in the future.* British Computer Society. Elérhető az interneten: http://www.bcs.org/content/ConWebDoc/3336 (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Bunchball.com (2010): *Gamification 101: An introduction to the Use of Game Dynamics to Influence Behavior.* Elérhető az interneten: http://www.bunchball.com/sites/default/files/downloads/gamification101.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Burke, B. (2014): *Gartner Redefines Gamification.* Elérhető az interneten: http://blogs.gartner.com/brian_burke/2014/04/04/gartner-redefines-gamification (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Bushman, B. J. & Anderson, C. A. (2007): *Measuring the strength of the effect of violent media on aggression.* American Psychologist, 62: 253-254. Elérhető az interneten: http://public.psych.iastate.edu/caa/abstracts/2005-2009/07BA.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Caillois, R. (1961): *Man, Play, and Games* (ford. Meyer Barash). Urbana and Chicago: University of Illinois Press. Elérhető az interneten: http://townsendgroups.berkeley.edu/sites/default/files/roger-caillois-man-play-and-games-1.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Carnagey, N. L., Anderson, C. A. & Bushman, B. J. (2007): *The effect of video game violence on physiological desensitization to real-life violence.* Journal of Experimental Social Psychology, 43: 489–496. Elérhető az interneten: http://public.psych.iastate.edu/caa/abstracts/2005-2009/07cab.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Castells, M. (2000): *A hálózati társadalom kialakulása. Az információ kora: Gazdaság, társadalom és kultúra.* I. kötet. Ford. Rohonyi András. Budapest: Gondolat, Infonia 2005, 433– 493.
- Castronova, E. (2001): *Virtual Worlds.* CESifo Working Paper No. 618

- Coonradt, C. A., Nelson, L. (1985): *The game of work: How to enjoy work as much as play.* Ore, UT: Liberty Press.
- Coupland, D. (1991): *Generation X: tales for an accelerated culture*. New York: St. Martin Press.
- Cummins, R. A. (2000): *Personal income and subjective well-being.* A review Journal of Happiness Studies. 1(2): 133–158.
- Cramer, H., Ahmet, Z., Rost, M. & Holmquist, L. E. (2011): *Gamification and location-sharing: some emerging social conflicts.* CHI Workshop on Gamification, 1-4. Elérhető az interneten: http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/08-Cramer.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Csepeli, Gy. & Prazsák, G. (2010): *Örök visszatérés? Társadalom az információs korban.* Budapest: Jószöveg Műhely
- Csíkszentmihályi, M. (2009): *Jó üzlet, Vezetés, áramlat és az értelem keresése.* Lexecon Kiadó, Győr
- Csukly, G., Király, E., Hidasi, Z., Salacz, P., Szabó, Á. & Csibri, É., (2014): *Demenciák megelőzésének gyógyszeres és egyéb lehetőségei: irodalmi összefoglaló.* Neuropsychopharmacologia Hungarica 16 (3): 121-125. Elérhető az interneten: http://epa.oszk.hu/02400/02454/00055/pdf/EPA02454_neuropsychopharmacologia_hungarica_2014_03_csukly.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Damsa, A. (2014): *Szabályok közt, szabadon! A játékosítás szerepe a kreativitásfejlesztésben.* Budapest: Magyar Tehetségsegítő Szervezetek Szövetsége, Géniusz Műhely 5. Elérhető az interneten: http://tehetseg.hu/sites/default/files/geniusz_muhely/5damsa_2onl.pdf#page=6 (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Damsa, A. & Damsa, D. (2014): *Gamification implementation Model – An approach of linking psychology and game thinking.* Workshop on Application of Robotics for Enhanced Security. Budapest, Hungary, June 13-14, 20-23.
- Damsa, A. & Putz, Á. (2014): *A játék, mint optimális tanulási környezet – Játékosítás a gyakorlatban.* XII. Pedagógiai Értékelés Konferencia. Szeged: Szegedi Tudományegyetem, 67. Elérhető az interneten: http://www.edu.u-szeged.hu/pek2014/download/PEK_2014_kotet.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- De Mesa, A. (2009): *Brand Avatar. Translating Virtual World Branding into Real World Success.* Palgrave Macmillan. ISBN-13: 978-0230201798
- De Souza, B. C., de Lima e Silva, L. X. & Roazzi, A. (2010): *MMORPGS and cognitive performance: A study with 1280 Brazilian high school students.* Computers in Human Behavior, 26: 1564-1573. Elérhető az interneten: https://www.researchgate.net/publication/220495223_MMORPGS_and_cognitive_performance_A_study_with_1280_Brazilian_high_school_students (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Deci, E. L. (1971): *Effects of Externally Mediated Rewards on Intrinsic Motivation.* Journal of Personality and Social Psychology 18: 114
- Deci, E. L. (1972): *Intrinsic Motivation, Extrinsic Reinforcement, and Inequity.* Journal of Personality and Socail Psychology 22: 119-120.
- Dessewffy, T. (2004): *Bevezetés a jelenbe: Az információs kor szociológiája.* Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Dessewffy, T. & Ravasz, Á.: *A változás hálózatai*. Politikatudományi Szemle, 18(2): 103–119.Elérhető az interneten: http://www.poltudszemle.hu/index.php?option=com_content&task=view&id=294&Itemid=51 (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Deterding, S. D. (2011): From game design elements to gamefulness: defining *gamification*. *In Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference*. ACM Press, 9-15.
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R. & Nacke, L. E. (2011a): *Gamification – Toward a Definiton.* Canada, Vancouver: 28-30. Elérhető az interneten: http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/02-Deterding-Khaled-Nacke-Dixon.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R. & Nacke, L. E. (2011b): *From Game Design Elements to Gamefulness: Defining "Gamification".* In A. Lugmayr, H. Franssila, C. Safran, & I. Hammouda (Eds.), Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference: Envisioning Future Media Environments. New York, NY, USA: ACM Press, 9-15. Elérhető az interneten:

https://www.cs.auckland.ac.nz/courses/compsci747s2c/lectures/paul/definition-deterding.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.).

- Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., & Dixon, D. (2011c): *Gamification: Using Game-Design Elements in Non-Gaming Contexts.* In CHI'11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems, ACM Press, 2425-2428. Elérhető az interneten: http://gamification-research.org/wp-content/uploads/2011/04/01-Deterding-Sicart-Nacke-OHara-Dixon.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Diener, E., Suh, E. M., Lucas, R. & Smith, H. (1999): *Subjective well-being: Three decades of progress.* Psychological Bulletin. 125(2): 276-302.
- Diener, E. & Seligman, M. E. P. (2004): *Beyond money: Toward an economy of well-being.* Psychological Science in the Public Interest. 5(1): 1–31.
- Djaouti, D., Alvarez, J. & Jessel, J. P. (2011): *Classifying Serious Games: The G/P/S Model. Handbook of Research on Improving Learning and Motivation through Educational Games: Multidisciplinary Approaches.* Patrick Felicia (Eds.), IRIT – University of Toulouse, IGI Global, 6: 118-136. Elérhető az interneten: http://www.ludoscience.com/files/ressources/classifying_serious_games.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Ducheneaut, N. & Moore, R. J. (2005): *More than just 'XP': learning social skills in massively multiplayer online games.* Interactive Technology & Smart Education, 2, 89–100.
- Dye, M. W. G., Green, C. S., & Bavelier, D. (2009): *Increasing Speed of Processing With Action Video Games Processing Speed and Video Games.* Current Directions in Psychological Science, 18(6): 321-326 Elérhető az interneten: http://greenlab.psych.wisc.edu/documents/Increasing-speed-of-processing-with-action-video-games(Dye-Green-Bavelier-2009).pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Easterlin, R. A. (1974): *Does economic growth improve the human lot? Some empirical evidence.* In David, P. A., Reder, M. W. (eds.) Nations and households in economic growth: essays in honour of Moses Abramowitz. New York: Academic Press: 89–125.
- Easterlin, R. A. (1995): *Will raising the income of all increase the happiness of all?* Journal of Economic Behavior and Organization. 27(1): 35–47.
- Fehér, K. (2016): *Digitalizáció és új média. Trendek, stratégiák, illusztrációk.* Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Fleming, N. (2012): *Gamification: Is it game over?* BBC Future. Elérhető az interneten: http://www.bbc.com/future/story/20121204-can-gaming-transform-your-life (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Franceschini, S., Gori, S., Ruffino, M., Viola, S., Molteni, M. & Facoetti, A. (2013): *Action Video Games Make Dyslexic Children Read Better*. Current Biology 23:462–66.
- Fromann, R. (2012): *Gamification – épülőben a Homo Ludens társadalma?* In: Nagy Edit (szerk.): A fiatal kutatók Magyarország megújulásáért – A Professzorok az Európai Magyarországért Egyesület III. PhD. konferenciája. Professzorok az Európai Magyarországért Egyesület, Budapest (eBook): 11-24. Elérhető az interneten: http://jatekoslet.hu/letoltes/publikaciok-fiatalkutatok.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Fromann, R. (2013): *Virtuális közösségek alternatív szabályrendszerei.* In Bacsák Dániel – Krámer Lili – Szabó Miklós (szerk.): Kulcskérdések a Társadalomtudományban 2011 – 2012. Budapest: ELTE TáTK (eBook).:103-120.
- Fromann, R. (2014a): *Virtuális játéktér, avagy hová tart a netgeneráció?* In Gabos Erika (szerk.): A média hatása a gyermekekre és a fiatalokra. Nemzetközi Gyermekmentő Szolgálat Magyar Egyesület, VII: 294-299.
- Fromann, R. (2014b): F-modell alapjai - új játékos-tipológia a JátékosLét kutatás eredményei alapján. Elérhető az interneten: http://jatekoslet.hu/news.php?extend.65 (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Füzi, V. (2009): *Az önmegvalósítás és szubjektív jóllét összefüggéseinek vizsgálata ifjúkorban.* FETA Könyvek. Budapest: ELTE PPK Pszichológiai Intézet. 4: 47-66.
- Galarneau, L. (2014): *2014 Global Gaming Stats: Who's Playing What, and Why?*. Elérhető az interneten: Bigfish blog (http://www.bigfishgames.com/blog/2014-global-gaming-stats-whos-playing-what-and-why/ – az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)

- Gentile, D. A. (2009): *Pathological video-game use among youth ages 8-18: a national study.* Psychological Science, 20(5): 594–602.
- Gibb, J. (2006): *Backgammon is Thought to be the Oldest Game in the World*. Elérhető az interneten: http://ezinearticles.com/?Backgammon-is-Thought-to-be-the-Oldest-Game-in-the-World&id=244083 (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Green, C. S. & Bavelier, D. (2003): *Action Video Game Modifies Visual Selective Attention.* Department of Brain and Cognitive Sciences, Center for Visual Science, University of Rochester. Nature, 423: 534-537. Elérhető az interneten: http://www.bcs.rochester.edu/people/Daphne/GreenandBavelier.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Green, C. S. & Bavelier, D. (2012): *Learning, Attentional Control, and Action Video Games.* Current Biology 22:197–206. Elérhető az interneten: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3461277/ (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Gregory, A (2014): *Millennial myths.* Elérhető az interneten: http://2020workforce.com/2014/08/04/millennial-myths/ (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Greitemeyer, T. & Osswald, S. (2010): *Effects of prosocial video games on prosocial behavior.* Journal of Personality and Social Psychology. 98(2): 211–221.
- Hagerty, M. & Veenhoven, R. (2003): *Wealth and happiness revisited. Growing wealth of nations does go with greater happiness.* Social Indicators Research. 64(1): 1-27.
- Harlow, H. F. (1953): *Motivation as a Factor int he Acquisition of New Responses.* In Current Theory and Research on Motivation. University of Nebraska Press, Lincoln, 46.
- Harlow, H. F., Harlow, M. K. & Meyer, D. R. (1950): *Learning Motivated by a Manipulation Drive.* Journal of Experimental Psychology, 40 (2): 228-234.
- Helliwell, J. F. (2003): *How's Life? Combining Individual and National Variables to Explain Subjective Well-being.* Economic Modelling. 20(2): 331-360.
- Howe, N. & Strauss, W. (1991): *Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069.* New York: William Morrow & Company
- Howe, N. & Strauss, W. (1991): *Millennials Rising: The Next Great Generation.* NewYork: Vintage Books. In Reeves, T. C. (2008): Do Generational Differences Matter in Instructional Design?, Instructional Technology Forum, January 2008.
- Huizinga, J. (1944): *Homo ludens. Kísérlet a kultúra játékelemeinek meghatározására.* Budapest: Athenaeum.
- Hunicke, R., LeBlanc, M. & Zubek, R. (2011): *MDA: A Formal Approach to Game Design and Game Research.* In proceedings of the Challenges in Games AI Workshop, Nineteenth National Conference in Artificial Intelligence.
- Huotari, K. & Hamari, J. (2012): *Defining Gamification - A Service Marketing Perspective.* In Proceedings of The 16th International Academic Mindtrek Conference, Tampere, Finland, October 3-5, 2012. Elérhető az interneten: https://www.researchgate.net/publication/259841647_Defining_Gamification_-_A_Service_Marketing_Perspective (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Inglehart, R. & Klingemann, H-D. (2000*): Genes, culture, democracy and happiness.* In Diener, E.& Suh, E. (eds.): Subjective well-being across cultures. Cambridge, MA: MIT Press:165–183.
- Inglehart, R., &Welzel, C. (2005): *Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence.* New York: Cambridge University Press.
- Iosifidis, C. (2011). *Gamification - The application of game design in everyday life.* Copenhagen: IT-Universitetet. Elérhető az interneten: http://itu.dk/people/chio/Thesis/Thesis/Latest_rev/Gamification-The%20Application%20of%20Game%20Design%20of%20Everyday%20Life.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Kane, P. (2004): *The Play Ethic.* Elérhető az interneten: http://www.theplayethic.com/2009/03/critiquingtheplayground.html (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Kapp, K. M. (2012): *The Gamification of Learning and Instruction: Game-based Methods and Strategies for Training and Education.* San Francisco, CA: Wiley.

- Kasser, T.& Ryan, R. M. (1993): *A dark side of the American dream: Correlates of financial success as a central life aspiration.* Journal of Personality and Social Psychology. 65(2) 410–422.
- Kenéz, A. (2015): *Gamification: a játékok alkalmazása a marketingben és a marketingoktatásban.* Marketing & Menedzsment, 49(4): 36-51.
- Kissné, A. K. (2014): *Lehet-e egységesen motiválni a különböző generációs munkaerőt?* HR Portál. Elérhető az interneten: http://www.hrportal.hu/hr/lehet-e-egysegesen-motivalni-a-kulonbozo-generacios-munkaerot-20140130.html (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Lane, R. (2000): *The loss of happiness in market democracies.* New Haven: Yale University Press.
- Lastowka, G. (2010): *Virtual Justice – The New Laws of Online World*. Yale University Press, ISBN: 9780300141207, 39-41.
- Lee, J. J. & Hammer, J. (2011): *Gamification in education: what, how, why Bother?* Academic Exchange Quarterly, 15(2).
- Li, R., Polat, U., Makous, W. & Bavelier, D. (2009): *Enhancing the Contrast Sensitivity Function through Action Video Game Training.* Nature Neuro-science 12(5): 549–551.
- Li, R. W., Ngo, C., Nguyen, J. & Levi, D. M. (2011): *Video-Game Play Induces Plasticity in the Visual System of Adults with Amblyopia.* PLoS Biology 9. Elérhető az interneten: http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3461277/ (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Marczewski, A. (2014): *Defining gamification – what do people really think?* Elérhető az interneten: http://www.gamified.uk/2014/04/16/defining-gamification-people-really-think/ (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Magyari, B., I. (1994): *Múzsák a piacon.* Budapest: AULA Kiadó.
- McCrindle, M. & Wolfinger, E. (2010): *Az XYZ Ábécéje. A nemzedékek meghatározása.* Korunk, 3(11): 14-18. Korunk. http://korunk.org/letoltlapok/Z_RKorunk2010november.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- McCrindle, M. & Wolfinger, E. (2011). *The ABC of XYZ. Understanding the Global Generation*. Sydney: UNSW Press.
- McCrindle, M. (2012): *Generation Z Defined. Global, Visual and Digital.* Letöltve: 2014.10.05. Elérhető az interneten: http://mccrindle.com.au/SocialAnalysis/2012/Generation-Z-Defined-Global-Visual-Digital_McCrindle-Research-2013.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- McGonigal, J. (2011): *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, The Penguin Press, New York, US.
- Koepp, M. J., Gunn, R.N., Lawrence, A. D., Cunningham, V. J., Dagher, A., Jones, T., Brooks, D. J., Bench, C. J., & Grasby P.M. (1998): *Evidence for striatal dopamine release during a video game.* Nature, 393(6682): 266–268, Elérhető az interneten: http://www.nrc-iol.org/cores/mialab/fijc/Files/2002/120402_Koepp_Nature_1998.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Murphy, R.F., Penuel, W.R., Means, B., Korbak, C., Whaley, A. & Allen, J. E. (2002). *E-DESK: A Review of Recent Evidence On the Effectiveness of Discrete Educational Software.* SRI International. Elérhető az interneten: http://www.sri.com/sites/default/files/publications/imports/Task3_FinalReport3.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Nelson, B.C. & Erlandson, B.E. (2012): *Design for Learning in Virtual Worlds (Interdisciplinary Approaches to Educational Technology).* Routledge. New York. ISBN 978-0-415-88639-0.
- Olson, Ch. (2010): *Children's Motivations for Video Game Play in the Context of Normal Development.* Review of General Psychology. 14: 180-187.
- Palfrey, J. & Gasser, U. (2008): *Born digital: Understanding the first generation of digital natives.* New York: Basic Books.
- Pelling, N. (2011): *The (Short) Prehistory of "Gamification"* [Web log post]. Elérhető az interneten: https://nanodome.wordpress.com/2011/08/09/the-short-prehistory-of-gamification/ (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Prensky, M. (2001): *Digital Natives, Digital Immigrants.* On the Horizon, 9(5). MCB University Press. Elérhető az interneten: http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-

%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)

- Prievara, T. (2015): *A 21. századi tanár - Egy pedagógiai szemléletváltás személyes története.* Neteducatio Kft. Budapest.
- Prot, S., Anderson, C. A., Gentile, D. A., Brown, S. C., & Swing, E. L. (2014): *The positive and negative effects of video game play.* In A. Jordan & D. Romer (Eds.) Children and Media, New York: Oxford University Press:109-128.
- Rab, Á. (2013): *A gamifikáció lehetőségei a nem üzleti célú felhasználások területén, különös tekintettel a közép-és felsőoktatásra.* Oktatás-Informatika, 4. 1-2. sz. Elérhető az interneten: http://www.oktatas-informatika.hu/2013/03/rab-arpad-a-gamifikacio-lehetosegei-a-nem-uzleti-celu-felhasznalasok-teruleten-kulonos-tekintettel-a-kozep-es-felsooktatasra/ (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- 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(1): 141-166.
- Sáringerné Sz. Zs., Jeager,P., Pólya, T. (2012): *Még több mozgással a számítógép előtt – a Wii konzoljáték hatása a túlsúlyos gyermekekre.* Magyar Sporttudományi Szemle, 13 (49): 36-40. Elérhető az interneten: http://mstt.hu/MSSZ/MSSZ_201201.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Schell, J. (2010). DICE 2010. Design Outside the Box Presentation. Elérhető az interneten: http://www.g4tv.com/videos/44277/dice-2010-design-outside-the-box-presentation/ (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Schlickum, Marcus K., Leif Hedman, Lars Enochsson, Ann Kjellin, and Li Fellander-Tsai. (2009): *Systematic Video Game Training in Surgical Novices Improves Performance in Virtual Reality Endoscopic Surgical Simulators: A Prospective Randomized Study*. World Journal of Surgery 33: 2360–67.
- Schrader, P. G. & McCreery, M. (2008): *The acquisition of skill and expertise in massively multiplayer online games.* Education Tech Research Dev., 56, 557-574.
- Sheldon, L. (2012): *The Multiplayer Classroom: Designing Coursework as a Game*. Boston, Course Technology PTR.
- Shell, J. (2008): *The Art of Game Design – A Book of Lenses*. Morgan Kaufmann Publishers (Elsevier), Burlington, USA.
- Simões, J., Redondo, R. D. &Vilas, A. F. (2013): *A social gamification framework for a K-6 learning platform.* Computers in Human Behavior, 29: 345-353.
- Singer, N. (2012): *Youve Won a Badge (and Now We Know All About You)*, New York Times, Issue: February 5, page BU3. Elérhető az interneten: http://www.consultancymatters.com/wp-content/uploads/nytimes_2-4-12_gamification.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Soós, J. K. (2008): *Generációk találkozása: Értékrendek ütközése vagy hatékony együttműködés.* Munkaügyi Szemle, 52 (1): 29–34.
- Srinivasan, V. (2012): *Multi generations in the workforce: Building collaboration.* IIMB Management Review, 24 (1): 48-66.
- Stephenson, N. (1992): *Snow Crash.* N.Y. Random House.
- Swing, E. L., Gentile, D. A., Anderson, C. A., & Walsh, D. A. (2010): *Television and video game exposure and the development of attention problems.* Pediatrics, 126: 214-221.
- Szondy, M. (2004): *A szubjektív jóllét és a törekvések kapcsolata késő serdülőkorban.* Alkalmazott Pszichológia. 6(4): 53 – 72.
- Szondy, M. (2007): *Anyagi helyzet és boldogság: kapcsolat individuális és nemzetközi szinten.* Mentálhigiéné és Pszichoszomatika. 8(4): 291 – 307.
- Takács, D. (2005): *A pénz (nem) boldogít?* Közgazdasági Szemle. 52(9): 683-697.
- Tapscott, D. (1999): *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*, New York: McGraw-Hill Professional.
- Tapscott, D. (2009): *Grown up digital: how the net generation is changing your world.* New York: McGraw-Hill Professional.
- Tari, A. (2010): *Y generáció*. Budapest: Jaffa Kiadó.
- Tari, A. (2011): *Z generáció*. Budapest: Tericum Kiadó.

- Werbach, K. & Hunter, D. (2012): *For the win: How game thinking can revolutionize your business.* Philadelphia: Wharton Digital Press.
- Verhagen, Johansson (2009): *Demystifying Guilds: MMORPG - playing and norms.* In: Breaking New Ground: Innovation in Games, Play, Practice and Theory, Conference paper (Refereed). Elérhető az interneten: http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/09291.50401.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Waterman, Alan S. (1993): *Two Conceptions of Happiness: Contrasts of Personal Expressiveness (Eudaimonia) and Hedonic Enjoyment.* Journal of Personality and Social Psychology 64(4): 678–691.
- Yee, N. (2004): *Through The Looking-Glas.* Elérhető az interneten: http://www.nickyee.com/daedalus/archives/000755.php?page=1 (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Yee, N. (2005). *Playing With Someone.* Elérhető az interneten: http://www.nickyee.com/daedalus/archives/001468.php? (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Yee, N. (2006): *The Psychology of Massively Multi-User Online Role-Playing Games* Elérhető az interneten: http://vhil.stanford.edu/pubs/2006/yee-psychology-mmorpg.pdf (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Yee, N. (2007): *Making Friends.* Elérhető az interneten: http://www.nickyee.com/daedalus/archives/001586.php (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
- Zichermann, G. & Linder, J. (2013): *Gamification – Az üzleti játékok forradalmasítása*, Z-Press Kiadó, Miskolc
- Zichermann, G., & Cunningham, C. (2011): Gamification by Design – Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps, O'Reilly Media, Sebastopol, CA
- Zolatas, X. (1981): *Economic growth and declining social welfare.* New York: New York University Press.

7. KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

Ezúton szeretném jelezni a hálámat mindazoknak, akik az elmúlt hét évben bármilyen formában hozzájárultak ahhoz, hogy ez az egész „JátékosLét” kutatás és disszertáció megszülethessen. Álljon itt a teljesség igénye nélkül néhány név, akinek köszönöm a segítségét: Bajor Péter, Bányai Fanni, Czabán Csaba, Csepeli György, Csókay Ákos, Dessewffy Tibor, Damsa Andrei, Damsa Dan, Dessewffy Tibor, Dienes Péter, Döme Kázmér, Egri Zsuzsanna, Erdei Gábor (Agnus), Eszteri Dániel, Fanici Mihály, Fábián Orsolya, Fejes Csilla, Fekete Zsombor, Ferenci László, Fromann Ágnes, Fromann-Finta Valéria, Gájer László, Gál Tamás, Gyurics Gergely, Hegedűs István, Herendy Csilla, Herkó Dániel, Horváth Péter (HP), Jakab Áron, Józsa Szabolcs, Képes Ottó, Kinde Anna, Király Orsolya, Koltányi Gergely, Kormányos Ákos, Kömlődi Ferenc, Kőszegi Bálint, Kott Ferenc, Kucsera Katalin, Magyari Beck Anna, Mák Attila, Mester Sándor, Mihalik Árpád, Nagy Magdolna, Nagyfi Richárd, Nagygyörgy Kata, Lippai Edit, Márok Attila, Obreczán Tamás, Orova Balázs, Pálfy László, Pirok Zsombor, Prazsák Gergő, Prónai Kristóf, Rab Árpád, Rebényi Anna, Sárközi Péter, Sebestyén Tamás, Siklaki István, Soltész Attila, Szána Gábor, Szani Ferenc, Szakály Gergely, Székely Zoltán, Szatmári Elemér, Szeverényi Irma, Tangl Edit, Udvari Norbert, Urszán Tamás, Vécsey Zsadány, Vendler Balázs, Virágh Márton, Zakariás Péter.

8. MELLÉKLETEK

- *1. számú melléklet*: 2011. évi JátékosLét Kérdőív (MMO) kérdései és adatai
- *2. számú melléklet*: 2011. évi JátékosLét Kérdőív (RPG) kérdései és adatai
- *3. számú melléklet*: 2012. évi JátékosLét Kérdőív kérdései és adatai
- *4. számú melléklet*: 2013. évi JátékosLét Kérdőív kérdései és adatai
- *5. számú melléklet*: 2014. évi JátékosLét Kérdőív kérdései és adatai
- *6. számú melléklet*: 2015. évi JátékosLét Kérdőív kérdései és adatai
- *7. számú melléklet*: Az F-modell (önértékelő játékmotiváció-tipológia) konfirmatív faktoranalízisének főbb lépései

1. számú melléklet

2011. évi JátékosLét Kérdőív (MMO) kérdései és adatai

MMORPG / ONLINE JÁTÉK 2011

A válaszadók létszáma::	12 197
Férfi:	6 999
Nő:	5 198
Életkori átlag:	28.1 év

1. Mi a családi állapotod?

nőtlen/hajadon, szüleimmel/testvéremmel élek	4895	40.1%
nőtlen/hajadon, albérlőtársszal / szobatársszal stb. élek	531	4.4%
nőtlen/hajadon, egyedül élek	573	4.7%
nőtlen/hajadon, társszal élek	1589	13%
házas, társszal élek	3087	25.3%
házas, egyedül élek	51	0.4%
elvált, egyedül élek	306	2.5%
elvált, társszal élek	368	3%
özvegy, társszal élek	28	0.2%
özvegy, egyedül élek	104	0.9%
egyéb, éspedig:	665	5.5%
Összes válasz	12197	

2. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?

kevesebb mint 8 általános	686	5.6%
8 általános (4 polgári)	1457	11.9%
szakmunkásképző, szakiskola	1411	11.6%
középiskola (gimnázium, szakközépiskola, technikum)	5478	44.9%
főiskola, felsőfokú végzettség	2178	17.9%
egyetem	987	8.1%
Összes válasz	12197	

3. Mi a foglalkozásod?

segédmunkás, betanított munkás	407	3.3%
mezőgazdasági fizikai munkás	30	0.2%
szakmunkás	970	8%
kisiparos, kiskereskedő, önálló egyéni vállalkozó	384	3.1%
egyéni gazda, önálló gazdálkodó mezőgazdaságban	41	0.3%
irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi	1566	12.8%
beosztott értelmiségi	1201	9.8%
alsó- és középvezető	789	6.5%
felsővezető (legalább 20 beosztottal)	156	1.3%
nyugdíjas	369	3%
tanuló	4406	36.1%
háztartásbeli	292	2.4%
munkanélküli	742	6.1%
egyéb	844	6.9%
Összes válasz	12197	

4. Melyik online játékkal játszol a leggyakrabban?

World of Warcraft	1977	16.2%
Guild Wars	131	1.1%
Lord of the Rings Online	260	2.1%
Runes of Magic	40	0.3%
Lineage2	258	2.1%
Dungeons and Dragons Online	17	0.1%
EVE Online	74	0.6%
League of Legends	118	1%
Ragnarok Online	21	0.2%
Silkroad Online	83	0.7%
Aion	98	0.8%
Archlord	52	0.4%
Anarchy Online	21	0.2%
Rift	43	0.4%
Cabal online	73	0.6%
Thrillion Kincsei	267	2.2%
Runescape	85	0.7%
World of Tanks	62	0.5%
Ikariam	53	0.4%
Travian	873	7.2%
Perfect World	47	0.4%
Metin2	238	2%

Diablo	203	1.7%
Warhammer Online	20	0.2%
Hódító	62	0.5%
OGame	28	0.2%
Gates of Andaron	50	0.4%
Star Trek Online	25	0.2%
eMaffia	42	0.3%
Farmerama	4654	38.2%
Honfoglaló	198	1.6%
Zandagort	49	0.4%
Seafight	24	0.2%
ZooMumba	34	0.3%
Darkorbit	46	0.4%
Shakes and Fidget	43	0.4%
The West	50	0.4%
FIFA	51	0.4%
Shaiya	8	0.1%
Polisz.hu	7	0.1%
egyéb, éspedig:	1712	14%
Összes válasz	12197	

5. Mióta játszol ezzel a játékkal? (Ha mostanában már nem játszol, akkor kérlek, hogy a legutolsó aktív állapotod szerint válaszolj!)

Mostanában kezdtem, de még nincs fél éve.	1564	12.8%
Több mint fél éve játszom, de még nincs 1 éve.	2339	19.2%
1 éve játszom.	2386	19.6%
2 éve játszom.	1367	11.2%
3 éve játszom.	1264	10.4%
4 éve játszom.	1087	8.9%
5 éve játszom.	956	7.8%
6 éve játszom.	590	4.8%
7 éve játszom.	160	1.3%
Több mint 7 éve játszom.	484	4%
Összes válasz	12197	

6. Ezzel a játékkal az alábbi helyeken EGY NAP átlagosan HÁNY ÓRÁT szoktál játszani?

otthon

semennyit	180	1.5%
kevesebb mint napi 1 órát	1201	9.8%
napi 1 órát	1990	16.3%

napi 2 órát	2827	23.2%
napi 3 órát	2079	17%
napi 4 órát	1337	11%
napi 5 órát	758	6.2%
több mint napi 5 órát	1825	15%

iskolában, kollégiumban

semennyit	10862	89.1%
kevesebb mint napi 1 órát	837	6.9%
napi 1 órát	212	1.7%
napi 2 órát	102	0.8%
napi 3 órát	58	0.5%
napi 4 órát	38	0.3%
napi 5 órát	30	0.2%
több mint napi 5 órát	58	0.5%

munkahelyen

semennyit	10200	83.6%
kevesebb mint napi 1 órát	1070	8.8%
napi 1 órát	381	3.1%
napi 2 órát	229	1.9%
napi 3 órát	105	0.9%
napi 4 órát	57	0.5%
napi 5 órát	26	0.2%
több mint napi 5 órát	129	1.1%

barátoknál

semennyit	10037	82.3%
kevesebb mint napi 1 órát	1508	12.4%
napi 1 órát	361	3%
napi 2 órát	145	1.2%
napi 3 órát	71	0.6%
napi 4 órát	18	0.1%
napi 5 órát	4	0%
több mint napi 5 órát	53	0.4%

klubban

semennyit	12029	98.6%
kevesebb mint napi 1 órát	90	0.7%
napi 1 órát	29	0.2%
napi 2 órát	19	0.2%
napi 3 órát	9	0.1%
napi 4 órát	5	0%
napi 5 órát	3	0%
több mint napi 5 órát	13	0.1%

internet kávézóban

semennyit	11847	97.1%
kevesebb mint napi 1 órát	235	1.9%
napi 1 órát	51	0.4%
napi 2 órát	26	0.2%
napi 3 órát	8	0.1%
napi 4 órát	8	0.1%
napi 5 órát	2	0%
több mint napi 5 órát	20	0.2%

könyvtárban

semennyit	11755	96.4%
kevesebb mint napi 1 órát	324	2.7%
napi 1 órát	60	0.5%
napi 2 órát	28	0.2%
napi 3 órát	8	0.1%
napi 4 órát	7	0.1%
napi 5 órát	5	0%
több mint napi 5 órát	10	0.1%

egyéb helyen

semennyit	11284	92.5%
kevesebb mint napi 1 órát	567	4.6%
napi 1 órát	146	1.2%
napi 2 órát	74	0.6%
napi 3 órát	44	0.4%
napi 4 órát	21	0.2%
napi 5 órát	11	0.1%
több mint napi 5 órát	50	0.4%

ÖSSZESEN (mindenhol)

semennyit	2185	17.9%
kevesebb mint napi 1 órát	740	6.1%
napi 1 órát	1360	11.2%
napi 2 órát	2131	17.5%
napi 3 órát	1786	14.6%
napi 4 órát	1274	10.4%
napi 5 órát	733	6%
több mint napi 5 órát	1988	16.3%

7. Értékeld az alábbi állításokat aszerint, hogy mennyire tartod azokat IGAZNAK, arra a játékra vonatkozóan, amivel a leggyakrabban játszol!

RÉGÓTA játszom.

egyáltalán nem igaz	638	5.2%
nem igaz	1171	9.6%
inkább nem igaz	915	7.5%
semleges	1418	11.6%
inkább igaz	1897	15.6%
igaz	2944	24.1%
teljesen igaz	3213	26.3%

Nagyon JÓL ISMEREM már.

egyáltalán nem igaz	251	2.1%
nem igaz	527	4.3%
inkább nem igaz	720	5.9%
semleges	1234	10.1%
inkább igaz	2644	21.7%
igaz	3846	31.5%
teljesen igaz	2974	24.4%

Nagyon SZERETEM és élvezem, sokat jelent nekem.

egyáltalán nem igaz	292	2.4%
nem igaz	486	4%
inkább nem igaz	677	5.6%
semleges	2716	22.3%
inkább igaz	3102	25.4%
igaz	2936	24.1%
teljesen igaz	1987	16.3%

Nagyon SOK IDŐT töltök el vele.

egyáltalán nem igaz	692	5.7%
nem igaz	1556	12.8%
inkább nem igaz	1716	14.1%
semleges	2418	19.8%
inkább igaz	2254	18.5%
igaz	2008	16.5%
teljesen igaz	1552	12.7%

Tökéletesen sikerül EGYENSÚLYT tartani a kötelezettségeim és a játék között.

egyáltalán nem igaz	307	2.5%
nem igaz	369	3%
inkább nem igaz	1038	8.5%
semleges	1521	12.5%
inkább igaz	1877	15.4%
igaz	3347	27.4%
teljesen igaz	3737	30.6%

Sokkal KEVESEBB IDŐT töltök már vele, mint KORÁBBAN.

egyáltalán nem igaz	1257	10.3%
nem igaz	1896	15.5%
inkább nem igaz	1160	9.5%
semleges	2138	17.5%
inkább igaz	1596	13.1%
igaz	2018	16.5%
teljesen igaz	2131	17.5%

Már NEM olyan FONTOS nekem, mint KORÁBBAN.

egyáltalán nem igaz	1671	13.7%
nem igaz	2176	17.8%
inkább nem igaz	1264	10.4%
semleges	2400	19.7%
inkább igaz	1462	12%
igaz	1662	13.6%
teljesen igaz	1561	12.8%

Hamarosan be szeretném FEJEZNI a játékot.

egyáltalán nem igaz	4788	39.3%
nem igaz	2841	23.3%
inkább nem igaz	1150	9.4%
semleges	1743	14.3%
inkább igaz	536	4.4%
igaz	442	3.6%
teljesen igaz	696	5.7%

8. Az általad megjelölt játék szerepjáték kategóriába tartozik?

igen	1312	48.4%
nem	1399	51.6%
Összes válasz	2711	

9. Általában hány karakterrel szoktál játszani?

csak egy karakterrel	5372	49.7%
2 karakterrel	2847	26.3%
3 karakterrel	1248	11.5%
4 karakterrel	387	3.6%
4-nél több karakterrel	957	8.9%
Összes válasz	10811	

10. Milyen nemű karakterekkel játszol a leggyakrabban?

Inkább a valós (offline) nememmel azonos	7302	67.6%

karakterrel.		
Inkább a valós (offline) nememmel ellentétes karakterrel.	733	6.8%
Mindkét nemmel körülbelül azonos gyakorisággal játszom.	2765	25.6%
Összes válasz	10800	

11. Általában mennyire viselkedsz hasonlóan ebben a játékban, mint a való életben (IRL)?

barátaid szerint

teljesen más vagyok	869	8%
más vagyok	495	4.6%
inkább más vagyok	481	4.5%
inkább ugyanolyan vagyok	1467	13.6%
ugyanolyan vagyok	2422	22.4%
teljesen ugyanolyan vagyok	1566	14.5%
nem tudom / nincs vélemény	3498	32.4%

szerinted

teljesen más vagyok	984	9.1%
más vagyok	607	5.6%
inkább más vagyok	741	6.9%
inkább ugyanolyan vagyok	1725	16%
ugyanolyan vagyok	3022	28%
teljesen ugyanolyan vagyok	2345	21.7%
nem tudom / nincs vélemény	1374	12.7%

12. Mennyit költesz évente erre a játékra?

évi 5.000 Ft,- alatt	6513	53.4%
évi 5.000-10.000 Ft,- között	929	7.6%
évi 10.000-20.000 Ft,- között	605	5%
évi 20.000-30.000 Ft,- között	446	3.7%
évi 30.000-40.000 Ft,- között	532	4.4%
évi 40.000 Ft,- felett	526	4.3%
semmit	2645	21.7%
Összes válasz	12196	

13. Mennyire ismered és szereted az alábbi szerepjátékokat?

asztali szerepjáték (RPG)

nem ismerem	4939	40.5%
nem tetszik	824	6.8%
semmi különös	2325	19.1%
tetszik	4108	33.7%

élő szerepjáték (LARP)

nem ismerem	6468	53%
nem tetszik	1364	11.2%
semmi különös	2316	19%
tetszik	2048	16.8%

más szerepjáték

nem ismerem	5859	48%
nem tetszik	729	6%
semmi különös	3185	26.1%
tetszik	2423	19.9%

14. Milyen gyakran játszol ezekkel a szerepjátékokkal?

asztali szerepjáték (RPG)

soha	6413	52.6%
ritkán	3667	30.1%
rendszeresen	1111	9.1%
gyakran	1005	8.2%

élő szerepjáték (LARP)

soha	8955	73.4%
ritkán	2488	20.4%
rendszeresen	423	3.5%
gyakran	330	2.7%

más szerepjáték

soha	7589	62.2%
ritkán	3227	26.5%
rendszeresen	738	6.1%
gyakran	642	5.3%

15. Az alábbiak mennyire fontosak számodra a játékban? A rád legjellemzőbbnek tartott állítást jelöld be!

KAPCSOLATOK ápolása, BARÁTOK szerzése, valahova tartozás

egyáltalán nem fontos	1444	11.8%
nem fontos	1075	8.8%
inkább nem fontos	687	5.6%
semleges	2456	20.1%
inkább fontos	2154	17.7%
fontos	3081	25.3%
az egyik legfontosabb célom	1299	10.7%

KARAKTEREM, virtuális személyiségem megélése és fejlesztése

egyáltalán nem fontos	1596	13.1%

nem fontos	1224	10%
inkább nem fontos	737	6%
semleges	2881	23.6%
inkább fontos	2451	20.1%
fontos	2353	19.3%
az egyik legfontosabb célom	954	7.8%

minél nagyobb TELJESÍTMÉNY, pontszám elérése

egyáltalán nem fontos	606	5%
nem fontos	656	5.4%
inkább nem fontos	621	5.1%
semleges	1848	15.2%
inkább fontos	3063	25.1%
fontos	3304	27.1%
az egyik legfontosabb célom	2098	17.2%

minél jobb és érdekesebb felszerelések, TÁRGYAK beszerzése

egyáltalán nem fontos	558	4.6%
nem fontos	511	4.2%
inkább nem fontos	508	4.2%
semleges	1698	13.9%
inkább fontos	3101	25.4%
fontos	3690	30.3%
az egyik legfontosabb célom	2130	17.5%

HÍRNÉV szerzése, mások elismerésének kivívása

egyáltalán nem fontos	1954	16%
nem fontos	1487	12.2%
inkább nem fontos	922	7.6%
semleges	3072	25.2%
inkább fontos	1877	15.4%
fontos	1706	14%
az egyik legfontosabb célom	1178	9.7%

HATALOM megszerzése, mások irányítása, vezetése

egyáltalán nem fontos	3410	28%
nem fontos	2151	17.6%
inkább nem fontos	1201	9.8%
semleges	3205	26.3%
inkább fontos	967	7.9%
fontos	717	5.9%
az egyik legfontosabb célom	545	4.5%

VERSENYZÉS másokkal

egyáltalán nem fontos	1722	14.1%
nem fontos	1259	10.3%

inkább nem fontos	908	7.4%
semleges	2506	20.5%
inkább fontos	2510	20.6%
fontos	2166	17.8%
az egyik legfontosabb célom	1125	9.2%

mások LEGYŐZÉSE

egyáltalán nem fontos	2188	17.9%
nem fontos	1481	12.1%
inkább nem fontos	928	7.6%
semleges	2806	23%
inkább fontos	1968	16.1%
fontos	1687	13.8%
az egyik legfontosabb célom	1138	9.3%

a játék KALANDOS világának FELFEDEZÉSE

egyáltalán nem fontos	456	3.7%
nem fontos	306	2.5%
inkább nem fontos	313	2.6%
semleges	1351	11.1%
inkább fontos	2947	24.2%
fontos	4057	33.3%
az egyik legfontosabb célom	2766	22.7%

PROBLÉMÁIM FELEJTÉSE, a valóságtól való elvágyódás

egyáltalán nem fontos	2828	23.2%
nem fontos	1364	11.2%
inkább nem fontos	801	6.6%
semleges	2803	23%
inkább fontos	1732	14.2%
fontos	1596	13.1%
az egyik legfontosabb célom	1072	8.8%

KIKAPCSOLÓDÁS, pihenés

egyáltalán nem fontos	183	1.5%
nem fontos	93	0.8%
inkább nem fontos	157	1.3%
semleges	765	6.3%
inkább fontos	2389	19.6%
fontos	4375	35.9%
az egyik legfontosabb célom	4234	34.7%

16. Körülbelül hány telefonszámot tárolsz a mobiltelefonodban?

1) 200
2) 80

3) 77
4) 100
5) 120
6) 30
7) 70
8) 30
9) 140
10) Őszintén? Fogalmam sincs. Jelentős részük már eleve nem érdekes, mert az illető külföldön él.
11) 6
12) 1337
13) 300
14) 50
15) 40
16) 200
17) Kb. 60at
18) 30
19) 30
20) 20

mutassa meg az összes választ

17. Egy átlagos hétköznapon te kb. hány embert hívsz fel mobilon?

egyet sem	1582	13%
1	2046	16.8%
2	2926	24%
3	2264	18.6%
4	1092	9%
5	938	7.7%
6	295	2.4%
7	292	2.4%
7-nél több, éspedig	761	6.2%
Összes válasz	12196	

18. Egy átlagos hétköznapon TÉGED kb. hány ember hív fel mobilon?

egy sem	946	7.8%
1	1913	15.7%
2	2874	23.6%
3	2274	18.7%
4	1272	10.4%
5	1045	8.6%
6	391	3.2%
7	531	4.4%

7-nél több, éspedig	936	7.7%
Összes válasz	12182	

19. Körülbelül hány e-mail címet tárolsz a számítógépeden?

1) 30
2) 30
3) 10-12
4) 140
5) 15
6) 1
7) 60
8) 1
9) 10-20, de nem tartok emailon kapcsolatot.
10) Egyet sem, webes emaileket használok. Ezek címtárában munkahelyi és személyes kontaktok is vannak, összesen talán egy tucat.
11) 4
12) 200-250
13) 150
14) 100
15) 10
16) 300
17) kb annyit mint a mobilon azzal ellentetben levelezek is mert ez olcsobb
18) 35
19) 20
20) 60

mutassa meg az összes választ

20. Hány magán e-mailt kapsz átlagosan egy nap?

egyet sem	2415	19.8%
1	2275	18.7%
2	1978	16.2%
3	1403	11.5%
4	797	6.5%
5	1062	8.7%
6	392	3.2%
7	584	4.8%
7-nél több, éspedig	1276	10.5%
Összes válasz	12182	

21. Hány magán e-mailt küldesz átlagosan egy nap?

egyet sem	3994	32.8%
1	2996	24.6%
2	1898	15.6%
3	1084	8.9%
4	525	4.3%
5	617	5.1%
6	170	1.4%
7	282	2.3%
7-nél több, éspedig	616	5.1%
Összes válasz	12182	

22. Hány olyan személyes (IRL) barátod van, akiben megbízol, és akivel szívesen megosztod a legbelsőbb gondolataidat, titkaidat?

egy sincs	2676	21.9%
1	2166	17.8%
2	2700	22.1%
3	1888	15.5%
4	1079	8.8%
5-7	1104	9.1%
8-10	240	2%
10 fölött	343	2.8%
Összes válasz	12196	

23. Változott-e a személyes barátaid (akikkel megosztod legbelsőbb gondolataidat) száma, amióta ezzel az online játékkal játszol?

Nőtt a barátaim száma.	1949	16%
Nem tudom pontosan, talán inkább egy kicsit nőtt a barátaim száma.	1719	14.1%
Nem változott semmi.	8235	67.5%
Nem tudom pontosan, talán inkább egy kicsit csökkent a barátaim száma.	171	1.4%
Csökkent a barátaim száma.	122	1%
Összes válasz	12196	

24. Mennyi időt töltesz el a barátaiddal amióta ezzel az online játékkal játszol?

Azóta több időt töltök el együtt a barátaimmal.	783	6.4%
Azóta talán egy kicsivel több időt töltök el együtt a barátaimmal.	778	6.4%
Azóta nagyjából ugyanannyi időt töltök el	9280	76.1%

együtt a barátaimmal.		
Azóta talán egy kicsivel kevesebb időt töltök el együtt a barátaimmal.	846	6.9%
Azóta kevesebb időt töltök el együtt a barátaimmal.	509	4.2%
Összes válasz	12196	

25. Hány olyan barátod van az internetes (virtuális, online) térben, akiben megbízol, akivel szívesen megosztod legbelsőbb gondolataidat, titkaidat, de közben személyesen még nem találkoztál vele?

egy sincs	7628	62.5%
1	1575	12.9%
2	1281	10.5%
3	632	5.2%
4	334	2.7%
5-7	389	3.2%
8-10	106	0.9%
10 fölött	251	2.1%
Összes válasz	12196	

26. Értékeld az alábbi állításokat aszerint, hogy mennyire tartod azokat IGAZNAK!

Fontosak nekem az INTERNETEN szerzett kapcsolataim, barátaim.

egyáltalán nem igaz	1867	15.3%
nem igaz	1222	10%
inkább nem igaz	954	7.8%
semleges	3228	26.5%
inkább igaz	2265	18.6%
igaz	1734	14.2%
teljesen igaz	926	7.6%

Fontosak nekem a SZEMÉLYES kapcsolataim, barátaim.

egyáltalán nem igaz	98	0.8%
nem igaz	82	0.7%
inkább nem igaz	64	0.5%
semleges	440	3.6%
inkább igaz	1119	9.2%
igaz	3471	28.5%
teljesen igaz	6922	56.8%

A SZEMÉLYES barátaim fontosabbak, mint a virtuálisak.

egyáltalán nem igaz	224	1.8%
nem igaz	171	1.4%

inkább nem igaz	162	1.3%
semleges	1089	8.9%
inkább igaz	851	7%
igaz	2418	19.8%
teljesen igaz	7281	59.7%

Az INTERNETEN szerzett kapcsolataim erősek.

egyáltalán nem igaz	2111	17.3%
nem igaz	1696	13.9%
inkább nem igaz	1342	11%
semleges	3583	29.4%
inkább igaz	1814	14.9%
igaz	1188	9.7%
teljesen igaz	462	3.8%

A SZEMÉLYES kapcsolataim erősek.

egyáltalán nem igaz	92	0.8%
nem igaz	73	0.6%
inkább nem igaz	121	1%
semleges	659	5.4%
inkább igaz	1381	11.3%
igaz	4136	33.9%
teljesen igaz	5734	47%

Jó a CSALÁDOMMAL való kapcsolatom.

egyáltalán nem igaz	180	1.5%
nem igaz	153	1.3%
inkább nem igaz	271	2.2%
semleges	754	6.2%
inkább igaz	1072	8.8%
igaz	3204	26.3%
teljesen igaz	6562	53.8%

27. Előfordul veled, hogy a családtagjaiddal, barátaiddal vagy, de közben a játékon töröd a fejed, és arra gondolsz, hogy végre újra játszhass?

Amikor társaságban vagyok, általában eszembe se jut a játék.	6321	51.8%
Előfordul néha, hogy a társaságban is a játékra gondolok, de engem ez általában nem zavar, hamar elhessegetem a gondolatot.	5141	42.2%
Sokszor előfordul, hogy a társaságban is a játékra gondolok, és általában ilyenkor alig	734	6%

várom, hogy újra játszhassak.		
Összes válasz	12196	

28. Tagja vagy-e a Facebook internetes közösségi portálnak?

igen, tagja vagyok a Facebook-nak	9125	74.8%
nem, mert:	3071	25.2%
Összes válasz	12196	

29. Ha tagja vagy a Facebook-nak, körülbelül hány ismerősöd van az oldalon?

50-nél kevesebb ismerős	2071	22.7%
50-100 ismerős	1983	21.7%
101-200 ismerős	2246	24.6%
201-300 ismerős	1334	14.6%
301-400 ismerős	664	7.3%
401-500 ismerős	376	4.1%
501-800 ismerős	311	3.4%
800-nál több ismerős	142	1.6%
Összes válasz	9127	

30. Ha tagja vagy a Facebook-nak, körülbelül hány emberrel van rendszeres kapcsolatod az oldalon?

eggyel sem	968	10.6%
csak 1-2 emberrel	1716	18.8%
körülbelül 3-10 emberrel	3285	36%
körülbelül 11-20 emberrel	1502	16.5%
körülbelül 21-30 emberrel	750	8.2%
körülbelül 31-50 emberrel	494	5.4%
körülbelül 51-100 emberrel	264	2.9%
több mint 100 emberrel	146	1.6%
Összes válasz	9125	

31. Hogy látod, ennek az online játéknak köszönhetően mennyire VÁLTOZTÁL meg az élet különböző területein? A rád legjellemzőbbnek tartott állítást jelöld be!

hétköznapi KELLEMETLEN szituációk KEZELÉSE

sokat romlott	84	0.7%
romlott	76	0.6%
enyhén romlott	207	1.7%
nem változott	9200	75.4%

enyhén javult	1191	9.8%
javult	1049	8.6%
sokat javult	389	3.2%

ÖNBIZALMAM, bátorságom

sokat romlott	69	0.6%
romlott	83	0.7%
enyhén romlott	163	1.3%
nem változott	8633	70.8%
enyhén javult	1577	12.9%
javult	1153	9.5%
sokat javult	518	4.2%

PROBLÉMAMEGOLDÓ képességem

sokat romlott	42	0.3%
romlott	35	0.3%
enyhén romlott	105	0.9%
nem változott	6967	57.1%
enyhén javult	2420	19.8%
javult	1869	15.3%
sokat javult	758	6.2%

CSAPATMUNKÁBAN való részvételem

sokat romlott	42	0.3%
romlott	55	0.5%
enyhén romlott	96	0.8%
nem változott	6718	55.1%
enyhén javult	2138	17.5%
javult	2108	17.3%
sokat javult	1039	8.5%

VEZETŐI képességem

sokat romlott	41	0.3%
romlott	28	0.2%
enyhén romlott	76	0.6%
nem változott	8136	66.7%
enyhén javult	1681	13.8%
javult	1426	11.7%
sokat javult	808	6.6%

KOMMUNIKÁCIÓS képességem

sokat romlott	50	0.4%
romlott	71	0.6%
enyhén romlott	236	1.9%
nem változott	6853	56.2%
enyhén javult	2089	17.1%

javult	1887	15.5%
sokat javult	1010	8.3%

KAPCSOLATTEREMTŐ képességem

sokat romlott	65	0.5%
romlott	63	0.5%
enyhén romlott	189	1.5%
nem változott	7210	59.1%
enyhén javult	2243	18.4%
javult	1604	13.2%
sokat javult	822	6.7%

BARÁTAIM SZÁMA

sokat romlott	54	0.4%
romlott	57	0.5%
enyhén romlott	138	1.1%
nem változott	7413	60.8%
enyhén javult	2449	20.1%
javult	1444	11.8%
sokat javult	641	5.3%

BARÁTAIMMAL együtt töltött IDŐ

sokat romlott	93	0.8%
romlott	135	1.1%
enyhén romlott	744	6.1%
nem változott	9058	74.3%
enyhén javult	975	8%
javult	810	6.6%
sokat javult	381	3.1%

BARÁTI kapcsolataim MINŐSÉGE

sokat romlott	59	0.5%
romlott	69	0.6%
enyhén romlott	353	2.9%
nem változott	9213	75.5%
enyhén javult	1118	9.2%
javult	905	7.4%
sokat javult	479	3.9%

CSALÁDTAGJAIMMAL együtt töltött IDŐ

sokat romlott	126	1%
romlott	317	2.6%
enyhén romlott	1563	12.8%
nem változott	8953	73.4%
enyhén javult	514	4.2%
javult	420	3.4%

sokat javult	303	2.5%

CSALÁDTAGJAIMMAL való kapcsolat MINŐSÉGE

sokat romlott	82	0.7%
romlott	145	1.2%
enyhén romlott	606	5%
nem változott	9890	81.1%
enyhén javult	611	5%
javult	507	4.2%
sokat javult	355	2.9%

TANULMÁNYI / MUNKAHELYI eredményességem

sokat romlott	172	1.4%
romlott	264	2.2%
enyhén romlott	1170	9.6%
nem változott	9154	75.1%
enyhén javult	647	5.3%
javult	510	4.2%
sokat javult	279	2.3%

HÁZIMUNKÁBAN való részvételem

sokat romlott	219	1.8%
romlott	446	3.7%
enyhén romlott	1972	16.2%
nem változott	8478	69.5%
enyhén javult	520	4.3%
javult	349	2.9%
sokat javult	212	1.7%

minőségi ALVÁSI idő

sokat romlott	416	3.4%
romlott	938	7.7%
enyhén romlott	2688	22%
nem változott	7359	60.3%
enyhén javult	362	3%
javult	223	1.8%
sokat javult	210	1.7%

megfelelő (elegendő és jó színvonalú) ÉTKEZÉS

sokat romlott	151	1.2%
romlott	262	2.1%
enyhén romlott	847	6.9%
nem változott	9925	81.4%
enyhén javult	449	3.7%
javult	319	2.6%
sokat javult	243	2%

összességében az ÉLETEM minősége, színvonala

sokat romlott	92	0.8%
romlott	114	0.9%
enyhén romlott	529	4.3%
nem változott	9069	74.4%
enyhén javult	1407	11.5%
javult	646	5.3%
sokat javult	339	2.8%

BARÁTAID szerint az ÉLETED minősége

sokat romlott	122	1%
romlott	143	1.2%
enyhén romlott	533	4.4%
nem változott	9789	80.3%
enyhén javult	820	6.7%
javult	548	4.5%
sokat javult	241	2%

CSALÁDTAGJAID szerint az ÉLETED minősége

sokat romlott	242	2%
romlott	344	2.8%
enyhén romlott	1243	10.2%
nem változott	9020	74%
enyhén javult	667	5.5%
javult	419	3.4%
sokat javult	261	2.1%

32. Értékeld az alábbi állítást aszerint, hogy mennyire tartod igaznak!

Ezen online játék során sok HASZNOS INFORMÁCIÓT tanultam/tanulok.

egyáltalán nem igaz	793	6.5%
nem igaz	888	7.3%
inkább nem igaz	1058	8.7%
semleges	3736	30.6%
inkább igaz	2871	23.5%
igaz	1691	13.9%
teljesen igaz	1159	9.5%

33. Az utóbbi 3 hónap átlagában HETENTE körülbelül hány órát töltöttél el ezzel a játékkal?

1) 25
2) 5
3) 20-22
4) 20-30

5) 10
6) 30
7) 10
8) 36
9) 20
10) Attól függ, mennyi a munkám; ha elég sok, akkor simán kihagyok egy teljes hetet is akár... Mostanában a heti átlag olyan 10 óra körül lehet.
11) Egy héten kb. 48 óra
12) 6-7
13) Átlagosan heti: 25
14) 0
15) 30
16) 15
17) nem sokat mert sok melo volt igy nem értem nagyon rà azt hol a szerver volt offline hol én
18) 30
19) 20
20) 20

mutassa meg az összes választ

34. Van kedved a későbbiekben is részt venni egy újabb, ilyen témájú kutatásban?

igen, szívesen állok rendelkezésre	8283	67.9%
nem	915	7.5%
nem tudom	2998	24.6%
Összes válasz	12196	

35. Ha érdekel ennek a kutatásnak az eredménye, szeretnéd, hogy elküldjem neked?

igen	9696	79.5%
nem	2494	20.5%
Összes válasz	12190	

36. Mennyire tetszett a kérdőív? Kérlek, értékeld 1-5-ös skálán.

Egyáltalán nem		Teljes mértékben
	4.1 / 5	

2. számú melléklet

2011. évi RPG JátékosLét Kérdőív (RPG) kérdései és adatai

SZEREPJÁTÉK-KUTATÁS 2011

A válaszadók létszáma:	816
Férfi:	645
Nő:	171
Életkori átlag:	25.1 év

1. Mi a családi állapotod?

nőtlen/hajadon, szüleimmel/testvéremmel élek	351	43%
nőtlen/hajadon, albérlőtársszal / szobatársszal stb. élek	96	11.8%
nőtlen/hajadon, egyedül élek	58	7.1%
nőtlen/hajadon, társszal élek	153	18.8%
házas, társszal élek	121	14.8%
házas, egyedül élek	2	0.2%
elvált, egyedül élek	1	0.1%
elvált, társszal élek	9	1.1%
özvegy, társszal élek	0	0%
özvegy, egyedül élek	1	0.1%
egyéb, éspedig:	24	2.9%
Összes válasz	816	

2. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?

kevesebb mint 8 általános	17	2.1%
8 általános (4 polgári)	57	7%
szakmunkásképző, szakiskola	29	3.6%
középiskola (gimnázium, szakközépiskola, technikum)	407	49.9%
főiskola, felsőfokú végzettség	178	21.8%
egyetem	120	14.7%
doktori	8	1%
Összes válasz	816	

3. Mi a foglalkozásod?

segédmunkás, betanított munkás	21	2.6%

mezőgazdasági fizikai munkás	2	0.2%
szakmunkás	30	3.7%
kisiparos, kiskereskedő, önálló egyéni vállalkozó	20	2.5%
egyéni gazda, önálló gazdálkodó mezőgazdaságban	1	0.1%
irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi	106	13%
beosztott értelmiségi	107	13.1%
alsó- és középvezető	45	5.5%
felsővezető (legalább 20 beosztottal)	8	1%
nyugdíjas	4	0.5%
tanuló	365	44.7%
háztartásbeli	2	0.2%
munkanélküli	38	4.7%
egyéb	67	8.2%
Összes válasz	816	

4. Melyik típusú játékfajtával játszol leggyakrabban?

(Megjegyzés 1: az erre adott válaszod a továbbiakban "leggyakoribbnak jelölt játék"-nak lesz nevezve. Megjegyzés 2: az egyszerűség kedvéért a továbbiakban minden alábbi játék egy fogalomként "szerepjáték"-ként lesz nevezve)

asztali szerepjáték (RPG)	563	69.2%
gyűjtögetős kártyajáték	65	8%
élő szerepjáték (LARP)	43	5.3%
táblás stratégiai játék	39	4.8%
fórumos szerepjáték - eze(ke)n a helye(ke)n:	104	12.8%
Összes válasz	814	

5. Ha játszol ASZTALI SZEREPJÁTÉKKAL, melyikkel szoktál aktívan játszani? Jelöld be az összes olyan játékot, amivel rendszeresen játszol! (több válasz lehetséges)

Armageddon	10	0.5%
Ars Magica	56	2.8%
Warhammer	33	1.7%
Codex	22	1.1%
Cthulhu hívása	112	5.6%
Cyberpunk 2020	54	2.7%
Dungeons & Dragons	234	11.8%
Harc és Varázslat	5	0.3%
Káosz Szerepjáték	35	1.8%
Középfölde, Gyűrűk Ura Szerepjáték	36	1.8%
Earthdawn	26	1.3%

M.A.G.U.S	504	25.4%
Álomvilág	13	0.7%
Requiem	8	0.4%
Shadowrun	167	8.4%
Star Wars	104	5.2%
Vampire	233	11.7%
Werewolf	49	2.5%
Wraith	10	0.5%
NEM JÁTSZOM asztali szerepjátékkal!	99	5%
egyéb, éspedig:	174	8.8%
Összes válasz	1984	

6. Melyik asztali szerepjátékkal játszol a leggyakrabban?

Armageddon	1	0.1%
Ars Magica	8	1.1%
Warhammer	9	1.3%
Codex	4	0.6%
Cthulhu hívása	5	0.7%
Cyberpunk 2020	2	0.3%
Dungeons & Dragons	116	16.2%
Harc és Varázslat	0	0%
Káosz Szerepjáték	9	1.3%
Középfölde, Gyűrűk Ura Szerepjáték	7	1%
Earthdawn	6	0.8%
M.A.G.U.S	342	47.8%
Álomvilág	7	1%
Requiem	3	0.4%
Shadowrun	21	2.9%
Star Wars	18	2.5%
Vampire	59	8.3%
Werewolf	9	1.3%
Wraith	0	0%
egyéb, éspedig:	89	12.4%
Összes válasz	715	

7. Ha játszol KÁRTYÁS JÁTÉKKAL, melyikkel szoktál aktívan játszani? Jelöld be az összes olyan játékot, amivel rendszeresen játszol! (több válasz lehetséges)

M.A.G.U.S	95	9.8%
Dungeons & Dragons	4	0.4%
World of Warcraft	20	2.1%
Hatalom Kártyái	68	7%

Álomfogó kártyajáték	4	0.4%
Trónok harca	13	1.3%
Magic: The Gathering	84	8.7%
Legend of the Five Rings	9	0.9%
Vampire: The Eternal Struggle	30	3.1%
NEM JÁTSZOM kártyás játékkal!	464	48.1%
Munchkin	128	13.3%
egyéb, éspedig:	46	4.8%
Összes válasz	965	

8. Melyik kártyás játékkal játszol a leggyakrabban?

M.A.G.U.S	68	19.8%
Dungeons & Dragons	1	0.3%
World of Warcraft	11	3.2%
Hatalom Kártyái	40	11.6%
Álomfogó kártyajáték	1	0.3%
Trónok harca	4	1.2%
Magic: The Gathering	65	18.9%
Legend of the Five Rings	4	1.2%
Vampire: The Eternal Struggle	20	5.8%
Munchkin	97	28.2%
egyéb, éspedig:	33	9.6%
Összes válasz	344	

9. Ha játszol TÁBLÁS STRATÉGIAI JÁTÉKKAL, melyikkel szoktál aktívan játszani? Jelöld be az összes olyan játékot, amivel rendszeresen játszol! (több válasz lehetséges)

Warhammer Fantasy	37	4.3%
Warhammer 40.000	57	6.6%
Warmachine és Hordes	13	1.5%
Infinity	4	0.5%
Lord of The Rings	21	2.4%
Flames of War és egyéb történelmi játékok	12	1.4%
Malifaux	7	0.8%
The Uncharted Seas	1	0.1%
NEM JÁTSZOM táblás stratégiai játékkal!	615	70.9%
egyéb, éspedig:	100	11.5%
Összes válasz	867	

10. Melyik táblás stratégiai játékkal játszol a leggyakrabban?

Warhammer Fantasy	23	12%
Warhammer 40.000	45	23.6%

Warmachine és Hordes	9	4.7%
Infinity	2	1%
Lord of The Rings	15	7.9%
Flames of War és egyéb történelmi játékok	3	1.6%
Malifaux	3	1.6%
The Uncharted Seas	0	0%
egyéb, éspedig:	91	47.6%
Összes válasz	191	

11. Ha játszol ÉLŐ SZEREPJÁTÉKKAL, melyik élő szerepjátékos közösség(ek)hez tartozol?

NEM JÁTSZOM élő szerepjátékkal!	618	76.9%
játszok ÉLŐ SZEREPJÁTÉKKAL, és ehhez a közösséghez tartozom:	186	23.1%
Összes válasz	804	

12. Általában hol szoktál az általad leggyakoribbnak jelölt játékfajtával játszani? Kérlek, állítsd sorrendbe az alábbi helyeket a gyakoriság szerint!

	Helyezés	Pontok
barátoknál	1	1777
otthon	2	1832
klub helyiségben	3	2743
egyéb helyen	4	2838
iskolában, kollégiumban	5	3050

A helyezés a válaszlehetőség rangsorban betöltött helyét mutatja. A legmagasabb helyezésű válaszlehtőséget értékelték a kitöltők a legmagasabbra. A pontok azt mutatják, hogy ezt a lehetőséget hányan választották. A legfontosabb válaszlehetőség kapta a legkevesebb pontot; a legkevésbé fontos válaszlehetőség a legtöbb pontot.

13. Mióta játszol szerepjáték(ok)kal?

Mostanában kezdtem, de még nincs fél éve.	16	2%
Több mint fél éve játszom, de még nincs 1 éve.	26	3.2%
1 éve játszom.	20	2.5%
2 éve játszom.	32	3.9%
3 éve játszom.	42	5.1%
4 éve játszom.	50	6.1%
5 éve játszom.	51	6.3%
6 éve játszom.	64	7.8%
7 éve játszom.	38	4.7%
8 éve játszom.	57	7%
9 éve játszom.	30	3.7%
10 éve játszom.	74	9.1%
11-15 éve játszom.	150	18.4%

Több mint 15 éve játszom.	166	20.3%
Összes válasz	816	

14. Mióta játszol a leggyakoribbnak jelölt játékfajtával?

Mostanában kezdtem, de még nincs fél éve.	27	3.4%
Több mint fél éve játszom, de még nincs 1 éve.	34	4.3%
1 éve játszom.	39	4.9%
2 éve játszom.	44	5.5%
3 éve játszom.	60	7.6%
4 éve játszom.	59	7.4%
5 éve játszom.	58	7.3%
6 éve játszom.	64	8.1%
7 éve játszom.	37	4.7%
8 éve játszom.	46	5.8%
9 éve játszom.	30	3.8%
10 éve játszom.	77	9.7%
11-15 éve játszom.	123	15.5%
Több mint 15 éve játszom.	95	12%
Összes válasz	793	

15. Milyen gyakorisággal játszol a leggyakoribbnak jelölt játékfajtával?

évente 1-2 alkalommal	93	11.4%
2-3 havonta	121	14.8%
havonta	125	15.3%
2-3 hetente	152	18.6%
hetente	169	20.7%
heti 2-3 alkalommal	74	9.1%
naponta	82	10%
Összes válasz	816	

16. Milyen gyakorisággal játszol, az összes általad játszott szerepjátékot beleértve?

évente 1-2 alkalommal	77	9.7%
2-3 havonta	115	14.5%
havonta	115	14.5%
2-3 hetente	141	17.8%
hetente	168	21.2%
heti 2-3 alkalommal	93	11.7%
naponta	84	10.6%
Összes válasz	793	

17. Egy átlagos játéknapon általában hány ÓRÁT töltesz el a leggyakoribbnak jelölt szerepjátékkal?

órák száma

kevesebb mint napi 1 órát	29	3.6%
napi 1 órát	45	5.5%
napi 2 órát	67	8.2%
napi 3 órát	68	8.3%
napi 4 órát	99	12.1%
napi 5 órát	105	12.9%
több mint napi 5 órát	403	49.4%

18. Általában mennyit KÉSZÜLSZ egy játékalkalomra - a leggyakoribbnak jelölt szerepjátékra vonatkozóan?

órák száma

semennyit	158	19.4%
kevesebb mint napi 1 órát	251	30.8%
napi 1 órát	165	20.2%
napi 2 órát	91	11.2%
napi 3 órát	57	7%
napi 4 órát	24	2.9%
napi 5 órát	9	1.1%
több mint napi 5 órát	61	7.5%

19. Milyen gyakran vagy Mesélő - a leggyakoribbnak jelölt szerepjátékra vonatkozóan?

Mesélő szerep

soha	180	22.1%
néha	276	33.8%
sokszor	272	33.3%
mindig	88	10.8%

20. Milyen nemű karakterekkel játszol általában?

Inkább a valós nememmel azonos karakterrel.	653	81.6%
Inkább a valós nememmel ellentétes karakterrel.	20	2.5%
Mindkét nemmel körülbelül azonos gyakorisággal játszom.	127	15.9%
Összes válasz	800	

21. Hány aktív partival rendelkezel, ahol játszani szoktál, hány csapatban fordulsz meg rendszeresen?

1	331	40.6%
2	250	30.6%
3	145	17.8%
4	46	5.6%
5	18	2.2%
6	7	0.9%
7	4	0.5%
7-nél több	15	1.8%
Összes válasz	816	

22. Hány szerepjátékos ismerősöd van?

egy sincs	7	0.9%
1-5	106	13%
6-10	170	20.8%
11-15	141	17.3%
16-20	97	11.9%
21-25	50	6.1%
26-30	56	6.9%
31-50	74	9.1%
51-80	44	5.4%
81-120	22	2.7%
120-nál több	49	6%
Összes válasz	816	

23. Értékeld az alábbi állításokat aszerint, hogy mennyire tartod ezeket IGAZNAK, a leggyakrabban játszott játékfajtára vonatkozóan!

RÉGÓTA játszom.

egyáltalán nem igaz	21	2.6%
nem igaz	23	2.8%
inkább nem igaz	46	5.6%
semleges	53	6.5%
inkább igaz	87	10.7%
igaz	194	23.8%
teljesen igaz	392	48%

Nagyon JÓL ISMEREM már.

egyáltalán nem igaz	6	0.7%
nem igaz	21	2.6%
inkább nem igaz	42	5.1%
semleges	64	7.8%
inkább igaz	178	21.8%
igaz	246	30.1%
teljesen igaz	259	31.7%

Nagyon SZERETEM és élvezem, sokat jelent nekem.

egyáltalán nem igaz	2	0.2%
nem igaz	4	0.5%
inkább nem igaz	10	1.2%
semleges	42	5.1%
inkább igaz	160	19.6%
igaz	260	31.9%
teljesen igaz	338	41.4%

Nagyon SOK IDŐT töltök el vele.

egyáltalán nem igaz	37	4.5%
nem igaz	110	13.5%
inkább nem igaz	130	15.9%
semleges	193	23.7%
inkább igaz	162	19.9%
igaz	109	13.4%
teljesen igaz	75	9.2%

Tökéletesen sikerül EGYENSÚLYT tartani a kötelezettségeim és a játék között.

egyáltalán nem igaz	8	1%
nem igaz	16	2%
inkább nem igaz	46	5.6%
semleges	100	12.3%
inkább igaz	99	12.1%
igaz	204	25%
teljesen igaz	343	42%

Sokkal KEVESEBB IDŐT töltök már vele, mint KORÁBBAN.

egyáltalán nem igaz	64	7.8%
nem igaz	83	10.2%
inkább nem igaz	53	6.5%
semleges	113	13.8%
inkább igaz	129	15.8%
igaz	159	19.5%
teljesen igaz	215	26.3%

Már NEM olyan FONTOS nekem, mint KORÁBBAN.

egyáltalán nem igaz	201	24.6%
nem igaz	171	21%
inkább nem igaz	93	11.4%
semleges	128	15.7%
inkább igaz	99	12.1%
igaz	76	9.3%
teljesen igaz	48	5.9%

Hamarosan be szeretném FEJEZNI a játékot.

egyáltalán nem igaz	567	69.5%
nem igaz	136	16.7%
inkább nem igaz	41	5%
semleges	51	6.3%
inkább igaz	14	1.7%
igaz	2	0.2%
teljesen igaz	5	0.6%

24. Hogyan ismerkedtél meg a szerepjátékkal?

Egy ismerősöm ajánlotta/hívott meg.	551	67.5%
Interneten.	95	11.6%
Egy könyvben/újságban olvastam róla.	93	11.4%
egyéb, éspedig:	77	9.4%
Összes válasz	816	

25. Mennyire ismered és szereted a következő játékokat?

asztali szerepjáték (RPG)

nem ismerem	42	5.1%
nem tetszik	14	1.7%
semmi különös	49	6%
tetszik	711	87.1%

gyűjtögetős kártyajáték

nem ismerem	125	15.3%
nem tetszik	231	28.3%
semmi különös	241	29.5%
tetszik	219	26.8%

élő szerepjáték (LARP)

nem ismerem	189	23.2%
nem tetszik	135	16.5%
semmi különös	227	27.8%
tetszik	265	32.5%

online szerepjáték (MMORPG)

nem ismerem	58	7.1%
nem tetszik	196	24%
semmi különös	214	26.2%
tetszik	348	42.6%

számítógépes szerepjáték (CRPG)

nem ismerem	65	8%
nem tetszik	72	8.8%

semmi különös	222	27.2%
tetszik	457	56%

táblás, asztali stratégiai játék (pl. Warhammer)

nem ismerem	238	29.2%
nem tetszik	88	10.8%
semmi különös	247	30.3%
tetszik	243	29.8%

fórumos, chates szerepjáték

nem ismerem	199	24.4%
nem tetszik	249	30.5%
semmi különös	163	20%
tetszik	205	25.1%

freestyle szerepjáték

nem ismerem	412	50.5%
nem tetszik	108	13.2%
semmi különös	145	17.8%
tetszik	151	18.5%

lapozgatós szerepjáték

nem ismerem	120	14.7%
nem tetszik	167	20.5%
semmi különös	310	38%
tetszik	219	26.8%

asztali társasjáték (pl. Trónok harca, Catan telepesei)

nem ismerem	180	22.1%
nem tetszik	66	8.1%
semmi különös	200	24.5%
tetszik	370	45.3%

más típusú szerepjáték

nem ismerem	391	47.9%
nem tetszik	17	2.1%
semmi különös	290	35.5%
tetszik	118	14.5%

26. Milyen gyakran játszol ezekkel a játékokkal?

asztali szerepjáték (RPG)

soha	89	10.9%
ritkán	222	27.2%
rendszeresen	271	33.2%
gyakran	234	28.7%

gyűjtögetős kártyajáték

soha	481	58.9%
ritkán	213	26.1%
rendszeresen	64	7.8%
gyakran	58	7.1%

élő szerepjáték (LARP)

soha	523	64.1%
ritkán	206	25.2%
rendszeresen	62	7.6%
gyakran	25	3.1%

online szerepjáték (MMORPG)

soha	317	38.8%
ritkán	250	30.6%
rendszeresen	101	12.4%
gyakran	148	18.1%

számítógépes szerepjáték (CRPG)

soha	185	22.7%
ritkán	301	36.9%
rendszeresen	176	21.6%
gyakran	154	18.9%

táblás, asztali stratégiai játék (pl. Warhammer)

soha	548	67.2%
ritkán	201	24.6%
rendszeresen	38	4.7%
gyakran	29	3.6%

fórumos, chates szerepjáték

soha	521	63.8%
ritkán	137	16.8%
rendszeresen	59	7.2%
gyakran	99	12.1%

freestyle szerepjáték

soha	621	76.1%
ritkán	146	17.9%
rendszeresen	33	4%
gyakran	16	2%

lapozgatós szerepjáték

soha	432	52.9%

ritkán	348	42.6%
rendszeresen	29	3.6%
gyakran	7	0.9%

asztali társasjáték (pl. Trónok harca, Catan telepesei)

soha	351	43%
ritkán	320	39.2%
rendszeresen	102	12.5%
gyakran	43	5.3%

más típusú szerepjáték

soha	578	70.8%
ritkán	199	24.4%
rendszeresen	24	2.9%
gyakran	15	1.8%

27. Átlagosan mennyit költesz a leggyakrabban játszott játékra? Ebbe mindenféle költség beleértendő (pl. szabálykönyvek, kockák, regények, rendezvényeken részvétel stb.)

évi szinten

semmit	137	16.8%
5 ezer Ft,- alatt	178	21.8%
5-10 ezer	174	21.3%
10-20 ezer	129	15.8%
20-30 ezer	74	9.1%
30-40 ezer	42	5.1%
40-50 ezer	23	2.8%
50 ezer Ft,- felett	59	7.2%

félévente

semmit	260	31.9%
5 ezer Ft,- alatt	240	29.4%
5-10 ezer	143	17.5%
10-20 ezer	88	10.8%
20-30 ezer	47	5.8%
30-40 ezer	14	1.7%
40-50 ezer	9	1.1%
50 ezer Ft,- felett	15	1.8%

negyedévente

semmit	330	40.4%
5 ezer Ft,- alatt	303	37.1%
5-10 ezer	110	13.5%
10-20 ezer	47	5.8%
20-30 ezer	11	1.3%

30-40 ezer	6	0.7%
40-50 ezer	2	0.2%
50 ezer Ft,- felett	7	0.9%

havonta

semmit	395	48.4%
5 ezer Ft,- alatt	366	44.9%
5-10 ezer	34	4.2%
10-20 ezer	12	1.5%
20-30 ezer	6	0.7%
30-40 ezer	1	0.1%
40-50 ezer	1	0.1%
50 ezer Ft,- felett	1	0.1%

28. Szoktál-e látogatni - a versenyeket leszámítva - szerepjátékos eseményeket (pl. RPG-s tábor)?

nem	652	79.9%
igen, erre az eseményre szoktam:	164	20.1%
Összes válasz	816	

29. Jársz-e szerepjátékos versenyekre?

nem	660	80.9%
igen, ezekre a versenyekre szoktam:	156	19.1%
Összes válasz	816	

30. Miért jársz szerepjátékos versenyekre, mit tetszik benne? (Opcionális kérdés)

1) A baráti társaság miatt.
2) A hangulat, a társaság, a profizmus
3) A "járok" már erős kifejezés. Néha elmegyek, ha van. Régebben igen sokat jártam, amennyin csak lehetett ott voltam. Több országos első, második és harmadik helyezésem is van több kategóriába, de ezeket anno nem vették, vettük túl komolyan. És most sem tesszük. A móka kedvért volt minden meg a társaságért, a haverkodásért. Mindenesetre így azért meg lehetett ismerni országos szinten is, hogy kik az igazán jó szerepjátékosok, és szerencsére sok ismeretség meg is maradt közülük. A versenyekre a szórakozásért és a versengés izgalmáért, és a társaságért jártam; ez tetszett benne.
4) Az írók és a világ alkotóinak jelenléte, a közösség, a kihívás.
5) társaság, kikapcsolódás, szórakozás, játék, beszélgetés
6) Részben mert tapasztalataim alapján gyakran vagyok pontozó vagy bíró a versenyeken. Játékosként pedig mert valahogy az átlagos játékalkalmaknál komolyabban veszik a játékot, felkészültebb koncepciójú karaktereket hoznak a játékostársak, amit kedvelek
7) szervező vagyok. ^^
8) Mesélni járok, mert sosincs elég mesélője a szervezőknek.
9) Aljas módon mindig meghívnak mesélőnek... :D
10) Lehet játszani, vagy éppen mesélni kell.
11) Általában mesélésre kérnek fel, e mellett pedig itt találkozhatok régi ismerősökkel, barátokkal. Élvezem, kikapcsol.
12) Ritkán látott haverokkal közösen játszani, összemérkőzni többi csapattal, hangulat

13) A játék, a társaság, a hangulat, a közösség.
14) A csapatot mindig úgy válogatjuk össze, hogy nem nyerni megyünk, hanem játszani. Versenyen mindig más a mesélő, nem olyan egyértelmű a modul, a kaland kimenetele. Szóval, önmagában is szórakoztató - de ha nyerünk valamit, akkor van mire büszkének lenni :)
15) Hangulatos, izgalmas, kikapcsol.
16) Mindig más mesélőt kapunk, így megtudok ismerkedni újabb mesélési módszerekkel, elképzelésekkel. Mindenki más stílusban mesél, és szerintem néha kell a változatosság. :)
17) A csapat és az ismeretlen mesélő.
18) 14 éve szervező vagyok... :) Egyébként meg ha egyszer megfog a varázslat, amit egy ilyen összejövetel/tábor sugároz, többé nem enged. Remek társaság, sok játék, hébe-hóba csajok.
19) Légkör, verseny hangulata, megmérettetés, új ismeretségek
20) Jó hangulat, különböző emberek különböző hozzáállása a játékhoz, karakterekhez, szabályokhoz. Tanulás, tapasztalat.

mutassa meg az összes választ

31. Tervezel-e Te vagy ismerőseid szerepjáték klubot alakítani?

igen	147	19.7%
nem	601	80.3%
Összes válasz	748	

32. Az alábbiak mennyire fontosak számodra a szerepjáték(ok)ban? A rád legjellemzőbbnek tartott állítást jelöld be!

KAPCSOLATOK ápolása, BARÁTOK szerzése, valahova tartozás

egyáltalán nem fontos	13	1.6%
nem fontos	17	2.1%
inkább nem fontos	13	1.6%
semleges	112	13.7%
inkább fontos	157	19.2%
fontos	297	36.4%
az egyik legfontosabb célom	207	25.4%

KARAKTEREM, virtuális személyiségem megélése és fejlesztése

egyáltalán nem fontos	18	2.2%
nem fontos	14	1.7%
inkább nem fontos	21	2.6%
semleges	119	14.6%
inkább fontos	186	22.8%
fontos	291	35.7%
az egyik legfontosabb célom	167	20.5%

minél nagyobb TELJESÍTMÉNY, pontszám elérése

egyáltalán nem fontos	117	14.3%
nem fontos	119	14.6%
inkább nem fontos	112	13.7%

semleges	226	27.7%
inkább fontos	134	16.4%
fontos	80	9.8%
az egyik legfontosabb célom	28	3.4%

minél jobb és érdekesebb felszerelések, TÁRGYAK beszerzése

egyáltalán nem fontos	129	15.8%
nem fontos	109	13.4%
inkább nem fontos	84	10.3%
semleges	238	29.2%
inkább fontos	134	16.4%
fontos	76	9.3%
az egyik legfontosabb célom	46	5.6%

HÍRNÉV szerzése, mások elismerésének kivívása

egyáltalán nem fontos	108	13.2%
nem fontos	97	11.9%
inkább nem fontos	91	11.2%
semleges	202	24.8%
inkább fontos	186	22.8%
fontos	95	11.6%
az egyik legfontosabb célom	37	4.5%

HATALOM megszerzése, mások irányítása, vezetése

egyáltalán nem fontos	193	23.7%
nem fontos	135	16.5%
inkább nem fontos	93	11.4%
semleges	212	26%
inkább fontos	102	12.5%
fontos	58	7.1%
az egyik legfontosabb célom	23	2.8%

VERSENYZÉS másokkal

egyáltalán nem fontos	192	23.5%
nem fontos	122	15%
inkább nem fontos	99	12.1%
semleges	185	22.7%
inkább fontos	122	15%
fontos	75	9.2%
az egyik legfontosabb célom	21	2.6%

mások LEGYŐZÉSE

egyáltalán nem fontos	224	27.5%
nem fontos	141	17.3%
inkább nem fontos	97	11.9%
semleges	174	21.3%

inkább fontos	111	13.6%
fontos	48	5.9%
az egyik legfontosabb célom	21	2.6%

a játék KALANDOS világának FELFEDEZÉSE

egyáltalán nem fontos	7	0.9%
nem fontos	5	0.6%
inkább nem fontos	5	0.6%
semleges	59	7.2%
inkább fontos	144	17.6%
fontos	334	40.9%
az egyik legfontosabb célom	262	32.1%

PROBLÉMÁIM FELEJTÉSE

egyáltalán nem fontos	137	16.8%
nem fontos	79	9.7%
inkább nem fontos	48	5.9%
semleges	203	24.9%
inkább fontos	138	16.9%
fontos	119	14.6%
az egyik legfontosabb célom	92	11.3%

KIKAPCSOLÓDÁS, pihenés

egyáltalán nem fontos	4	0.5%
nem fontos	2	0.2%
inkább nem fontos	4	0.5%
semleges	30	3.7%
inkább fontos	86	10.5%
fontos	223	27.3%
az egyik legfontosabb célom	467	57.2%

33. Egy átlagos hétköznapon te kb. hány embert hívsz fel mobilon?

egyet sem	121	14.8%
1	158	19.4%
2	189	23.2%
3	154	18.9%
4	69	8.5%
5	50	6.1%
6	10	1.2%
7	21	2.6%
7-nél több, éspedig	44	5.4%
Összes válasz	816	

34. Egy átlagos hétköznapon TÉGED kb. hány ember hív fel mobilon?

egy sem	60	7.4%
1	177	21.7%
2	196	24%
3	142	17.4%
4	88	10.8%
5	54	6.6%
6	19	2.3%
7	31	3.8%
7-nél több, éspedig	49	6%
Összes válasz	816	

35. Hány magán e-mailt kapsz átlagosan egy nap?

egyet sem	139	17%
1	157	19.2%
2	145	17.8%
3	130	15.9%
4	69	8.5%
5	65	8%
6	19	2.3%
7	30	3.7%
7-nél több, éspedig	62	7.6%
Összes válasz	816	

36. Hány magán e-mailt küldesz átlagosan egy nap?

egyet sem	195	23.9%
1	217	26.6%
2	159	19.5%
3	90	11%
4	47	5.8%
5	44	5.4%
6	10	1.2%
7	22	2.7%
7-nél több, éspedig	32	3.9%
Összes válasz	816	

37. Hány olyan barátod van, akiben megbízol, és akivel szívesen megosztod a legbelsőbb gondolataidat, titkaidat?

egy sincs	34	4.2%
1	115	14.1%
2	217	26.6%

3	187	22.9%
4	129	15.8%
5-7	97	11.9%
8-10	26	3.2%
10 fölött	11	1.3%
Összes válasz	816	

38. Előfordul veled, hogy a családtagjaiddal, barátaiddal vagy, de közben a játékon töröd a fejed, és arra gondolsz, hogy végre újra játszhass?

Amikor társaságban vagyok, általában eszembe se jut a játék.	332	40.7%
Előfordul néha, hogy a társaságban is a játékra gondolok, de engem ez általában nem zavar, hamar elhessegetem a gondolatot.	415	50.9%
Sokszor előfordul, hogy a társaságban is a játékra gondolok, és általában ilyenkor alig várom, hogy újra játszhassak.	69	8.5%
Összes válasz	816	

39. Tagja vagy-e a Facebook internetes közösségi portálnak?

igen, tagja vagyok a Facebook-nak	633	77.6%
nem, mert:	183	22.4%
Összes válasz	816	

40. Ha tagja vagy a Facebook-nak, körülbelül hány ismerősöd van az oldalon?

50-nél kevesebb ismerős	82	13%
50-100 ismerős	90	14.2%
101-200 ismerős	181	28.6%
201-300 ismerős	128	20.2%
301-400 ismerős	72	11.4%
401-500 ismerős	45	7.1%
501-800 ismerős	25	3.9%
800-nál több ismerős	10	1.6%
Összes válasz	633	

41. Ha tagja vagy a Facebook-nak, körülbelül hány emberrel van rendszeres kapcsolatod az oldalon?

eggyel sem	41	6.5%

csak 1-2 emberrel	73	11.5%
körülbelül 3-10 emberrel	231	36.4%
körülbelül 11-20 emberrel	141	22.2%
körülbelül 21-30 emberrel	74	11.7%
körülbelül 31-50 emberrel	49	7.7%
körülbelül 51-100 emberrel	18	2.8%
több mint 100 emberrel	7	1.1%
Összes válasz	634	

42. Hogy látod, a szerepjáték(ok)nak köszönhetően mennyire VÁLTOZTÁL meg az élet különböző területein? A rád legjellemzőbbnek tartott állítást jelöld be!

hétköznapi KELLEMETLEN szituációk KEZELÉSE

sokat romlott	1	0.1%
romlott	0	0%
enyhén romlott	2	0.2%
nem változott	343	42.1%
enyhén javult	166	20.4%
javult	204	25%
sokat javult	99	12.1%

ÖNBIZALMAM, bátorságom

sokat romlott	1	0.1%
romlott	0	0%
enyhén romlott	4	0.5%
nem változott	333	40.9%
enyhén javult	171	21%
javult	197	24.2%
sokat javult	109	13.4%

PROBLÉMAMEGOLDÓ képességem

sokat romlott	0	0%
romlott	2	0.2%
enyhén romlott	2	0.2%
nem változott	182	22.3%
enyhén javult	181	22.2%
javult	278	34.1%
sokat javult	170	20.9%

CSAPATMUNKÁBAN való részvételem

sokat romlott	0	0%
romlott	2	0.2%
enyhén romlott	3	0.4%

nem változott	230	28.2%
enyhén javult	172	21.1%
javult	263	32.3%
sokat javult	145	17.8%

VEZETŐI képességem

sokat romlott	0	0%
romlott	0	0%
enyhén romlott	1	0.1%
nem változott	327	40.1%
enyhén javult	199	24.4%
javult	175	21.5%
sokat javult	113	13.9%

KOMMUNIKÁCIÓS képességem

sokat romlott	0	0%
romlott	0	0%
enyhén romlott	3	0.4%
nem változott	142	17.4%
enyhén javult	163	20%
javult	263	32.3%
sokat javult	244	29.9%

KAPCSOLATTEREMTŐ képességem

sokat romlott	1	0.1%
romlott	1	0.1%
enyhén romlott	11	1.3%
nem változott	251	30.8%
enyhén javult	196	24%
javult	210	25.8%
sokat javult	145	17.8%

43. Hogy látod, a szerepjáték(ok)nak köszönhetően mennyire VÁLTOZTÁL meg az élet különböző területein? A rád legjellemzőbbnek tartott állítást jelöld be!

BARÁTAIM SZÁMA

sokat romlott	1	0.1%
romlott	1	0.1%
enyhén romlott	7	0.9%
nem változott	234	28.7%
enyhén javult	226	27.7%
javult	262	32.1%
sokat javult	84	10.3%

BARÁTAIMMAL együtt töltött IDŐ

sokat romlott	0	0%
romlott	4	0.5%
enyhén romlott	18	2.2%
nem változott	294	36.1%
enyhén javult	179	22%
javult	242	29.7%
sokat javult	78	9.6%

BARÁTI kapcsolataim MINŐSÉGE

sokat romlott	0	0%
romlott	2	0.2%
enyhén romlott	15	1.8%
nem változott	364	44.7%
enyhén javult	175	21.5%
javult	191	23.4%
sokat javult	68	8.3%

CSALÁDTAGJAIMMAL együtt töltött IDŐ

sokat romlott	4	0.5%
romlott	27	3.3%
enyhén romlott	128	15.7%
nem változott	586	71.9%
enyhén javult	32	3.9%
javult	26	3.2%
sokat javult	12	1.5%

CSALÁDTAGJAIMMAL való kapcsolat MINŐSÉGE

sokat romlott	2	0.2%
romlott	7	0.9%
enyhén romlott	45	5.5%
nem változott	633	77.7%
enyhén javult	79	9.7%
javult	35	4.3%
sokat javult	14	1.7%

44. Hogy látod, a szerepjáték(ok)nak köszönhetően mennyire VÁLTOZTÁL meg az élet különböző területein? A rád legjellemzőbbnek tartott állítást jelöld be!

TANULMÁNYI / MUNKAHELYI eredményességem

sokat romlott	1	0.1%
romlott	10	1.2%
enyhén romlott	55	6.7%
nem változott	607	74.4%
enyhén javult	67	8.2%
javult	53	6.5%

sokat javult	23	2.8%

HÁZIMUNKÁBAN való részvételem

sokat romlott	6	0.7%
romlott	18	2.2%
enyhén romlott	81	9.9%
nem változott	631	77.3%
enyhén javult	40	4.9%
javult	29	3.6%
sokat javult	11	1.3%

minőségi ALVÁSI idő

sokat romlott	16	2%
romlott	45	5.5%
enyhén romlott	154	18.9%
nem változott	549	67.3%
enyhén javult	22	2.7%
javult	19	2.3%
sokat javult	11	1.3%

megfelelő (elegendő és jó színvonalú) ÉTKEZÉS

sokat romlott	5	0.6%
romlott	12	1.5%
enyhén romlott	54	6.6%
nem változott	691	84.7%
enyhén javult	27	3.3%
javult	18	2.2%
sokat javult	9	1.1%

összességében az ÉLETEM minősége, színvonala

sokat romlott	1	0.1%
romlott	1	0.1%
enyhén romlott	16	2%
nem változott	430	52.7%
enyhén javult	190	23.3%
javult	137	16.8%
sokat javult	41	5%

BARÁTAID szerint az ÉLETED minősége

sokat romlott	1	0.1%
romlott	7	0.9%
enyhén romlott	21	2.6%
nem változott	539	66.1%
enyhén javult	151	18.5%
javult	74	9.1%
sokat javult	23	2.8%

CSALÁDTAGJAID szerint az ÉLETED minősége

sokat romlott	9	1.1%
romlott	21	2.6%
enyhén romlott	72	8.8%
nem változott	542	66.4%
enyhén javult	108	13.2%
javult	50	6.1%
sokat javult	14	1.7%

45. Értékeld az alábbi állítást aszerint, hogy mennyire tartod igaznak!

A szerepjáték(ok)nak köszönhetően sok HASZNOS INFORMÁCIÓT tanultam/tanulok.

egyáltalán nem igaz	9	1.1%
nem igaz	12	1.5%
inkább nem igaz	22	2.7%
semleges	124	15.2%
inkább igaz	213	26.1%
igaz	220	27%
teljesen igaz	216	26.5%

46. Van kedved a későbbiekben is részt venni egy újabb, ilyen témájú kutatásban?

igen, szívesen állok rendelkezésre	609	74.6%
nem	50	6.1%
nem tudom	157	19.2%
Összes válasz	816	

47. Ha érdekel ennek a kutatásnak az eredménye, szeretnéd, hogy elküldjem neked?

igen	691	84.8%
nem	124	15.2%
Összes válasz	815	

48. Mennyire tetszett a kérdőív? Kérlek, értékeld 1-5-ös skálán.

Egyáltalán nem		Teljes mértékben
	3.99 / 5	

3. számú melléklet

2012. évi JátékosLét Kérdőív kérdései és adatai

SOKSZEREPLŐS ONLINE JÁTÉK / SZEREPJÁTÉK 2012

A válaszadók létszáma:	2 014
Férfi:	1 389
Nő:	625
Életkori átlag:	28.8 év

1. Hol élsz, melyik TELEPÜLÉSEN? Azt a települést írd le, ahol életvitelszerűen tartózkodsz!

1) London
2) Gyöngyös
3) Zalaegerszeg
4) Szentes
5) Székesfehérvár
6) kazincbarcika
7) Budapest
8) Bp
9) Személyes információ, de annyit elárulok, hogy falun.
10) Kecskemét
11) Pomáz
12) Debrecen
13) Zalaszentiván
14) Budapest
15) Budapest
16) Budapest
17) Nagykálló
18) Budapest
19) Budapest
20) Tolna megye, Tolnanémedi

mutassa meg az összes választ

2. Mi a családi állapotod?

nőtlen/hajadon (egyedül)	891	44.2%
nőtlen/hajadon (párkapcsolatban)	604	30%
házas	409	20.3%
elvált	79	3.9%

özvegy	31	1.5%
Összes válasz	2014	

3. Kikkel élsz együtt?

egyedül élek	170	8.4%
szüleimmel / nagyszüleimmel / testvéremmel élek	936	46.5%
párkapcsolatban élek (élettársi, házastársi viszony)	692	34.4%
albérlőtárssal / szobatárssal stb. élek	107	5.3%
kollégiumban élek	28	1.4%
egyéb, éspedig:	81	4%
Összes válasz	2014	

4. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?

kevesebb mint 8 általános	58	2.9%
8 általános	315	15.6%
szakmunkásképző	187	9.3%
szakközépiskolai érettségi, középfokú technikum	395	19.6%
gimnáziumi érettségi	350	17.4%
OKJ-s tanfolyam, felsőfokú szakképzés (nem főiskola!)	286	14.2%
főiskolai diploma	227	11.3%
egyetemi diploma	196	9.7%
Összes válasz	2014	

5. Jelenleg tanuló/diák vagy? (több válasz lehetséges)

jelenleg nem tanulok	1160	56.8%
általános iskolában tanulok	64	3.1%
szakmunkásképző iskolában tanulok	25	1.2%
középiskolában tanulok	294	14.4%
OKJ-s tanfolyamon vagy egyéb felnőttképzésben veszek részt	151	7.4%
felsőfokú intézményben tanulok	347	17%
Összes válasz	2041	

6. Jelenleg milyen jellegű munkát végzel? (több válasz lehetséges)

segédmunkás, betanított munkás	126	5.6%
mezőgazdasági fizikai munkás	27	1.2%
szakmunkás	190	8.4%

kisiparos, kiskereskedő, önálló egyéni vállalkozó	66	2.9%
egyéni gazda, önálló gazdálkodó mezőgazdaságban	4	0.2%
irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi	313	13.9%
beosztott értelmiségi	261	11.6%
alsó- és középvezető	130	5.8%
felsővezető (legalább 20 beosztottal)	23	1%
nyugdíjas	107	4.7%
tanuló	685	30.3%
háztartásbeli	86	3.8%
munkanélküli	240	10.6%
Összes válasz	2258	

7. Mennyire szereted ezeket a játékfajtákat?

Sokszereplős online szerepjátékok (MMORPG)

nem ismerem	153	7.6%
nem szeretem	169	8.4%
inkább nem szeretem	190	9.4%
inkább szeretem	430	21.4%
szeretem	1072	53.2%

Online többjátékos (multiplayer) játékok

nem ismerem	170	8.4%
nem szeretem	163	8.1%
inkább nem szeretem	259	12.9%
inkább szeretem	607	30.1%
szeretem	815	40.5%

Asztali szerepjátékok (RPG)

nem ismerem	391	19.4%
nem szeretem	256	12.7%
inkább nem szeretem	269	13.4%
inkább szeretem	452	22.4%
szeretem	646	32.1%

Táblás / asztali vagy gyűjtögetős kártyákon alapuló stratégiai játékok

nem ismerem	384	19.1%
nem szeretem	467	23.2%
inkább nem szeretem	309	15.3%
inkább szeretem	487	24.2%
szeretem	367	18.2%

Élő szerepjátékok (LARP, live)

nem ismerem	790	39.2%
nem szeretem	463	23%
inkább nem szeretem	303	15%
inkább szeretem	268	13.3%
szeretem	190	9.4%

Fórumos, emailes, chates szerepjátékok (FRPG)

nem ismerem	678	33.7%
nem szeretem	632	31.4%
inkább nem szeretem	286	14.2%
inkább szeretem	192	9.5%
szeretem	226	11.2%

Számítógépes egyszemélyes (single player) szerepjátékok (CRPG)

nem ismerem	151	7.5%
nem szeretem	120	6%
inkább nem szeretem	174	8.6%
inkább szeretem	557	27.7%
szeretem	1012	50.2%

8. Milyen GYAKORISÁGGAL játszol ezekkel a játékfajtákkal?

Sokszereplős online szerepjátékokkal (MMORPG).

soha	354	17.6%
évente 1-2 alkalom	224	11.1%
2-3 havonta	86	4.3%
havonta	81	4%
2-3 hetente	60	3%
hetente	153	7.6%
hetente többször	437	21.7%
minden nap	619	30.7%

Online többjátékos (multiplayer) játékokkal.

soha	383	19%
évente 1-2 alkalom	218	10.8%
2-3 havonta	113	5.6%
havonta	178	8.8%
2-3 hetente	141	7%
hetente	181	9%
hetente többször	401	19.9%
minden nap	399	19.8%

Asztali szerepjátékokkal (RPG).

soha	780	38.7%

évente 1-2 alkalom	391	19.4%
2-3 havonta	156	7.7%
havonta	177	8.8%
2-3 hetente	144	7.1%
hetente	160	7.9%
hetente többször	138	6.9%
minden nap	68	3.4%

Táblás / asztali vagy gyűjtögetős kártyákon alapuló stratégiai játékokkal.

soha	962	47.8%
évente 1-2 alkalom	379	18.8%
2-3 havonta	179	8.9%
havonta	153	7.6%
2-3 hetente	114	5.7%
hetente	88	4.4%
hetente többször	85	4.2%
minden nap	54	2.7%

Élő szerepjátékokkal (LARP, live).

soha	1484	73.7%
évente 1-2 alkalom	268	13.3%
2-3 havonta	79	3.9%
havonta	55	2.7%
2-3 hetente	42	2.1%
hetente	31	1.5%
hetente többször	35	1.7%
minden nap	20	1%

Fórumos, emailes, chates szerepjátékokkal (FRPG).

soha	1403	69.7%
évente 1-2 alkalom	182	9%
2-3 havonta	60	3%
havonta	56	2.8%
2-3 hetente	29	1.4%
hetente	61	3%
hetente többször	75	3.7%
minden nap	148	7.3%

Számítógépes egyszemélyes (single player) szerepjátékokkal (CRPG).

soha	296	14.7%
évente 1-2 alkalom	190	9.4%
2-3 havonta	171	8.5%
havonta	196	9.7%
2-3 hetente	166	8.2%
hetente	235	11.7%
hetente többször	427	21.2%

minden nap	333	16.5%

9. Milyen további SZABADIDŐS tevékenységeket végzel, milyen más HOBBID van a fentieken kívül? Ha több is van, vesszővel elválasztva sorold fel őket! Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) könyvek, filmek, írás, kirándulás
2) Kerékpározás, kosárlabda, bowling, íjászat
3) Gitár, ének, kézilabda, főzés
4) harcművészet, gépjárművezetés, programozás, airsoft, túrázás, outdoor
5) kirándulás, szobanövények, olvasás, utazás
6) Barátokkal beszélgetés, olvasás, filmnézés, túrázás, jóga, utazás és a munkám is a hobbim
7) rajzolas
8) olvasás, zene, testmozgás, nyelvtanulás, manga/anime
9) Kerékpározás, olvasás, kirándulás
10) Zene
11) Edzés konditeremben, barátokkal lógás
12) túrázás (gyalog, kerékpár) kreatívkodás (varrás, gyöngyfűzés, orgolás) hastánc, főzés
13) Zenélés, bulizás
14) Olvasás, rejtvényfejtés, kézimunka
15) Ufc, foci, ivászat
16) olvasás, filmnézés
17) Hagyományőrző, történelmi táncok
18) röplabda, éneklés, olvasás, fotózás
19) olvasás, írás
20) Rajzolás, regény/ novella írás, könyvolvasás, kutyás szabadidős programok.

mutassa meg az összes választ

10. HAVONTA átlagosan mennyit KÖLTESZ ezekre a játékfajtákra?(Opcionális kérdés)

Sokszereplős online szerepjátékokkal (MMORPG).

semmit	1371	71.2%
5 ezer Ft,- alatt	468	24.3%
5-10 ezer	63	3.3%
10-30 ezer	19	1%
30-50 ezer	3	0.2%
50 ezer Ft,- felett	2	0.1%

Online többjátékos (multiplayer) játékokkal.

semmit	1583	82.2%

5 ezer Ft,- alatt	263	13.7%
5-10 ezer	61	3.2%
10-30 ezer	16	0.8%
30-50 ezer	2	0.1%
50 ezer Ft,- felett	1	0.1%

Asztali szerepjátékokkal (RPG).

semmit	1713	89.1%
5 ezer Ft,- alatt	176	9.2%
5-10 ezer	28	1.5%
10-30 ezer	5	0.3%
30-50 ezer	0	0%
50 ezer Ft,- felett	1	0.1%

Táblás / asztali vagy gyűjtögetős kártyákon alapuló stratégiai játékokkal.

semmit	1788	92.9%
5 ezer Ft,- alatt	112	5.8%
5-10 ezer	19	1%
10-30 ezer	4	0.2%
30-50 ezer	0	0%
50 ezer Ft,- felett	1	0.1%

Élő szerepjátékokkal (LARP, live).

semmit	1829	95%
5 ezer Ft,- alatt	72	3.7%
5-10 ezer	15	0.8%
10-30 ezer	5	0.3%
30-50 ezer	2	0.1%
50 ezer Ft,- felett	3	0.2%

Fórumos, emailes, chates szerepjátékokkal (FRPG).

semmit	1878	97.5%
5 ezer Ft,- alatt	42	2.2%
5-10 ezer	3	0.2%
10-30 ezer	1	0.1%
30-50 ezer	1	0.1%
50 ezer Ft,- felett	1	0.1%

Számítógépes egyszemélyes (single player) szerepjátékokkal (CRPG).

semmit	1529	79.5%
5 ezer Ft,- alatt	289	15%
5-10 ezer	85	4.4%
10-30 ezer	17	0.9%
30-50 ezer	2	0.1%
50 ezer Ft,- felett	2	0.1%

11. Mi a véleményed a sokszereplős online szerepjátékokról (MMORPG-ről)? Kérlek, pár mondatban írd le, ha van véleményed, és meg szeretnéd osztani! Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) Személy szerint nem kedvelem őket, mert pont a SZEREPjáték hiányzik belőlük, a hangsúly a játékbeli erő/hatalom növelésén (szint) és a lehető legjobb felszerelés megszerzésén van, ritka a valódi szerepjáték.
2) Kellemes elfoglaltság a stílus kedvelőinek, pihentető, habár eszi az időnket.
3) Szépek, egy darabig izgalmasak, megmozgatják a fantáziát
4) Nagy hátrányuk, hogy a legtöbb real time rendszerű, nagy szerepet játszanak bennük a pénzen vásárolható előnyök. Általában túl behatárolt a történetük és a játékosok túlzottan azonosulnak játékbeli karakterükkel.
5) Van bennük fantázia, bár az, hogy készen kapjuk a világot (képekben), nem annyira szimpatikus. Van, amiben csak simán ölni kell a fejlődéshez, ez nem különösebben köt le. Sokkal jobbak azok, ahol némi stratégiát is ki kell alakítani. Ritkán játszom velük igazán, inkább csak a kisfiammal szoktunk együtt próbálkozni.
6) Szerintem jó, mivel másokal is játszhatsz, nem csk egyedül,
7) Időevő, nem egyszerű abbahagyni, témától függetlenül, de remek szórakozás. Ajánlott vigyázni velük, mert arra hajlamos személyeknél függést alakíthat ki.
8) Kipróbálhatja az ember magát másfajta világan és kiélheti minden vágyát. Az én esetemben pl az öldöklést.
9) Engem személy szerint nagyon számítógéphez köt, és ha a számítógép elé ülök, nem igazán ilyesmivel szeretnék foglalkozni. Főleg az nem tetszik benne, hogy a rabjává lehet válni, ezért inkább nem játszom vele. Amúgy is az emberek egyre többet ülnek a gépek előtt, jobb kimenni a szabadba sétálni inkább.
10) Béna vagyok hozzá:-)
11) Nem szeretem őket.Jobban kedvelem azokat a fajta játékokat,ahol kiélhetem a kreativitásom.
12) Nagyon jó ötletnek tartom az MMORPG-t, hiszen sok olyan emberrel találkozok, akik szintén szeretik az efféle játékokat. Rengeteg ismerősöm van akikkel össze tudok ülni játszani, úgy hogy nem egy városban lakunk. Nekem pl. fejlesztette a kommunikációs készségem. :)
13) Nem tartom túl jó dolognak, mert vannak ,a magukat keménynek képzelő, játékosok aki ,viszonylag, régóta játszanak.
Saját tapasztalataimból kiindulva az ilyenek rendszeresen zaklatják a fejletlenebb karakterrel rendelkezőket.
14) Szeretem mert számomra jelem fejlesztő. Sokat tanulok belőle, hogy bánjak másokkal.

15) Ellopják a lelkem, de megéri!
16) sosem ment, nem szeretem, nem tudok sokfelé figyelni, zavar
17) Kitalált karakter megszemélyesítése akár klónként is.
18) Hallottam róla, hogy sokan kedvelik ezeket, de én semennyire sem ismerem, így nem tudok róla különösebb véleményt mondani.
19) Elég jó kommunikáció és csapatos szerepet fejlesztő hatásuk van és emellett egész jó stratégia és logika fejlesztők. Hasznosak tudnak lenni csak nem szabad túlzásba vinni.
20) Sokszor erőltetett és egy kaptafára készülnek, de akad egy-két gyöngyszem amivel érdemes foglalkozni. Sajnos egyre több játékban erőltetik az emberre ezt az Ázsia dolgot, ami nagyon sok fantasy MMORPG-t tönkre vág... Mindenesetre, ha az embernek semmi dolga, vagy éppen senki nem ér rá, akivel elugorhatna sörözni, vagy bármilyen egyéb tevékenységet végezni, ez is megteszi.

mutassa meg az összes választ

12. Az online szerepjátékok, az MMORPG-k, szerinted miben különböznek az „offline" szerepjátékoktól (RPG, LARP, stb.)? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) Lásd előző kérdés. Az "offline" szerepjáték valódi közösségi foglalkozás, ahol a hangsúly a történeten és a karakter személyiségének kijátszásán van, nem a vagyongyűjtésen és hatalomhajhászáson.
2) Együtt játszhatok másokkal, ismerkedhetek
3) Az MMORPG-k nem igényelnek direkt találkozást a többi játékossal, valamint kevesebb fantázia szükséges a velük töltött időhöz, az általuk nyújtott játékélmény nagyban függ készítőinek munkájától, ezeknél már egy "késztermékет" kap a felhasználó, amelyen nem tud változtatni, s keretek közé szorul. A fentebbieket hátránynak vélem, amint azt is, hogy sosem lehetnek oly részletesek és sosem nyújthatnak annyi alternatív lehetőséget, mint az offline szerepjátékok, elvégre nincs az a program, amelybe valaki az élet összes lehetőségét beleírhatná (már csak a fizikai korlátok végett is), az offline RPG-kben pedig a lehetőségek száma végtelen, csak a játékosok fantáziája szab enzeknek határt, így az egyén fejlesztésére/fejlődésére is alkalmat adhat a csupán "passzív", ám szórakoztató játékidőn felül, mindeközben személyes emberi kapcsolatokat ápolva vagy kialakítva.
4) Kevésbé személyes, behatároltabb történetvezetés, könnyebben okoz függőséget, nagyobb szerepe van a pénznek.
5) Érdekesebbek, dinamikusabbak, kiszámíthatatlanabb, mert nem csupán program vezérelte NPC alakítják a játékmenetet.
6) Egyértelműen abban, hogy itt más élő userekkel is összeakad az ember. Egy gyerek számára ez egyszerre jár élménnyel és veszéllyel is.

7) Offline látható az arc, a játékban a gesztusok is segítenek a döntésekben, illetve azt tehetünk, amit akarunk, számítógépes játékok esetén ez nincs meg, a játékok pedig behatárolt döntéskészletekből választhatnak.
8) Hiányzik a fizikai jelenlét. "Offline" játékokat inkább baráti társaságok játszanak, MMO játékokban pedig ismeretlenekkel kerül össze a játékos nagyobb tömegben.
9) NEM SZERETEM ŐKET!!!UTÁLOM ŐKET!!!SOKKAL NAGYOBB MÉRTÉKBEN OKOZNAK FÜGGŐSÉGET!!!RÁADÁSUL A LEGTÖBB FIZETŐS!!!!
10) Abban, hogy nem te magad dobálhatod a kockákat, hanem egy random generátor végzi el helyetted ezt a játékban. Egy sima RPG-be változatosabb tud lenni és még se gép előtt ül az ember és még is látod kikkel játszol.
11) Amiben a tv a könyvtől. Egyikben használod a képzeleted, fantáziád, a másik csak butít.
12) Az online játékok sokkal tágabb alternatív helyzeteket állít elénk, mivel több emberrel kell együtt gondolkodnod, viszont az offline szerepjátékok (még) kevesebb alternatív helyzettel állítanak szemben. Az online játékok jobb fantázia és helyzetmegoldó képesség fejlesztő.
13) Az offline szerepjátékok sokkal személyesebbek, emberközelibbek.
14) Jobban rá vagy utalva másokra, akár teljesen ismeretlenekre is, így sokkal könnyebben fel tudnak idegesíteni. Tabletop rpg-nél általában egy baráti társasággal játszik az ember, ahol ismerik egymást az emberek, így tudják a többiek stílusát, ezáltal barátibb a légkör, idegenekkel nagyobb a feszültség, és kevésbé nyitottak az emberek. Larpozni nem larpoztam még, így azt nem tudom.
15) Nagyon sokban! Hiába van valamilyen szinten visszajelzés a játékostársaktól (Teamspeak, chat), offline szerepjátékoknál sokkal hangsúlyosabbak ezek a dolgok.
16) A gép előtt ülve könnyebb belehelyezkedni (szerintem) a karakterbe. Nem vagyok rákényszerítve, hogy egy pillanat alatt döntsek és gondolkodjak a karakter fejével, és alakítsam hitelesen, hanem van néhány nyugodt percem/órám átgondolni, hogy mit is tenne adott helyzetben a karakter. Nem kívánnak olyan fejlett színészi képességet.
17) Találkozhatsz másokkal is. Egy új személy felbukkanása könnyen feldobhatja a már unalmassá váló játékot is.
18) Kapcsolatot tarthatok fent ismerősökkel, más playerekkel egyidőben játszhatok.
19) A szociális lehetőségekben: élő, szabadon gondolkodó csapattagok a világ minden tájáról, közösen kitalált taktikák alkalmazása a játék világában előforduló próbák, akadályok teljesítéséhez, legyőzéséhez; a játék közben chat-elve ismerkedni, kapcsolatok kialakítani, akár baráti, akár "komolyabb" tekintetben, stb.
20) Az online MMORPG-k képesek embereket összehozni az offline

játékoknál nincs lehetőség emberi kapcsolatok kialakítása a játék keretein belül

mutassa meg az összes választ

13. Jelenleg JÁTSZOL vagy régebben játszottál-e sokszereplős online szerepjátékokkal (MMORPG)? A nagyon sok szereplős online szerepjátékok, legyenek azok bár ingyenesek vagy fizetősek, fantasy vagy scifi műfajúak...stb

igen, jelenleg is AKTÍV játékos vagyok	1072	53.2%
igen, RÉGEBBEN játszottam	509	25.3%
nem, ilyen játékkal még SOHA sem játszottam!	195	9.7%
nem, csak kipróbáltam egyszer/kétszer	238	11.8%
Összes válasz	2014	

14. Mikor voltál utoljára AKTÍV MMORPG játékos? (a későbbi, játékkal kapcsolatos kérdésekre az aktív játékos időszakod jellemzői szerint válaszolj!)

1-6 hónapja	143	27.8%
0,5-1 éve	134	26.1%
1-3 éve	171	33.3%
3-6 éve	52	10.1%
6-10 éve	10	1.9%
10+ éve	4	0.8%
Összes válasz	514	

15. Miért hagytad abba? (több válasz lehetséges)

időhiány	234	25.3%
pénzhiány	53	5.7%
nem izgalmas, nem köt le	236	25.5%
nincs kivel játszani / szétment a csapat (klán, party...stb)	154	16.7%
nem könnyű / bonyolult / ennyit nem ér	35	3.8%
más érdekel	181	19.6%
hardware / szerver probléma miatt	31	3.4%
Összes válasz	924	

16. Mikor kezdtél el MMORPG játékokkal játszani?

kevesebb mint 1 éve	88	5.5%
1-3 éve	423	26.7%
3-6 éve	590	37.2%

6-10 éve	387	24.4%
10-15 éve	82	5.2%
15-20 éve	14	0.9%
több mint 20 éve	3	0.2%
Összes válasz	1587	

17. Hogyan kerültél kapcsolatba először ezzel a játékfajtával?

egy ismerősöm/barátom/családtagom ajánlotta	996	62.8%
reklám/hirdetés/banner/szórólap útján	148	9.3%
interneten olvastam róla (pl. cikkben, fórumban)	339	21.4%
TV-ben/rádióban/újságban olvastam róla	55	3.5%
egyéb, éspedig:	49	3.1%
Összes válasz	1587	

18. Valójában MIÉRT játszol/játszottál MMORPG-kkel, mi tetszik/tetszett benne? Szerinted melyek az ELŐNYEI, és Neked mit nyújt(hat) vagy miben segít? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) Kellemes időtöltés, új embereket ismerhetsz meg általuk.
2) Előnyei nem nagyon vannak. Fórum alapú vagy offline RPG-ket játszom, azoknak értelme is van mint csoportos időtöltés.
3) Kellemes kikapcsolódás.
4) Rengeteg játékossal kerülhet kapcsolatba a felhasználó -még ha csak felszinesen is- általuk, és rengetegen kalandozhatnak-játszhatnak együtt. Készítőinek kreatív ötleteit csodálhatom meg benne, szépen megformált vagyis elkészített világban barangolhatok, amely a látványával is gyönyörködtethet, vizuális élményt nyújtva. Ötleteket nyerhetek belőle. Egyszerűen kikapcsolhat és leköthet, nem igényel szellemi megterhelést.
5) tetsztősek, izgalmasak, olyanok, mint egy rejtvény, van "világuk"
6) Pár perc alatt kiszakít a mindennapokból, ez szellemileg üdítő. Stresszoldó. Közösségi élmény, olyan ismerősöket szereztem itt, akikkel egy "normális" élet során sosem találkotam, beszélgettem volna - mert más városban, más körben mozognak, vagy annyira eltérő életkorúak. Önismeretet ad, fejleszti a kommunikációs képességet, az önuralmat, a vezetési és problémamgoldó képességet. Nagyon szórakoztató, néha terápiás hatása is van.
7) Már nem játszom tipikus MMORPG-vel.
8) Nincs szükség szervezésre, ki, mikor ér rá játszani. Az esetemben

általában ezért fulladt kudarcba egy-egy offline szerepjátékos találkozó, mert hol az egyik, hol a másik résztvevőnek nem volt megfelelő az adott időpont.
9) Szeretem, mert nem függök más játékosoktól, illetve jó beszélgetni az általa megszerzett ismerősökkel, klántársakkal. Egyetlen előnyeként az ismerkedési lehetőséget említeném.
10) Segít elrugaszkodni a valóságtól, kicsit kiragad a mindennapok szürkeségéből és új környezetet biztosít, ahol az ember saját magának egy új oldalát ismerheti meg. Továbbá megtanít a csapatmunkára és az alkalmazkodásra, a koncentrációra és gondolkozásra késztet erősen.
11) Kikapcsolódás és/vagy közös érdeklődési pont a gyerekkel. Ha a bizalmát meg akarom tartani a kamaszkorban is, akkor olyannal kell foglalkoznom, amit ő is szeret. A fantasy mint műfaj, már régóta nagy szerelem, így nem okoz nehézséget. :)
12) Az hogy másokal játszunk, és együtt csináltuk meg a kalandokat...
13) Jó társaságot nyújt, amellett szeretek gyűjtögetni, tárgyakat alkotni. Kapcsolatban maradok legalább néhány emberrel.
14) Kiélhetem azokat a vágyaimat melyek a valós világba nem tehetek meg. A másik ok hogy összehozza az embereket.
15) MMORPG alatt a Thrillion Kincsei online játékot értem, amely sok aspektus szerint közelebb áll az FRPG játékhoz, mint a klasszikus MMO-hoz, de összességében nézve mégis MMORPG és nem FRPG. Aktívan részt vettem a játék képi világának és világleírásának megalkotásában és a játék moderálásában. Nekem ez kreatív hobby volt, elsősorban nem a szerepjáték miatt (arra ott az asztali) hanem az alkotás és a felfedezés öröme miatt. Előnyei leginkább a közösségformálásban vannak. Rájösz, hogyan viselkednek az emberek tömegben, alkalmad nyílik tömegesen ismerkedni.
16) Már nem játszom vele, csak kipróbáltam, hogy milyen, de nem tetszett. Talán 1-2 hónapig voltam aktív mmorpg játékos.
17) nem játszom
18) Kellemes kikapcsolódást nyújt, valamint fejleszti a kommunikációs képességet, a logikus gondolkozást, könnyebben alakítok ki kapcsolatokat, mert folyamatosan emberekkel játszok.
19) Nem szeretem, nem játszok vele. Csak azért próbáltam ki, mert meg akartam tapasztalni ,milyen is ez, de csalódtam.
20) Kikapcsol a minden napok problémáiból. Megismerek más embereket, barátokat szerzek.

mutassa meg az összes választ

19. Kérlek írd le konkrétan melyik MMORPG játék(ok)kal játszol/játszottál! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 5-6

játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás!

1) World of Warcraft, The Talisman
2) Shaiya: Light and Darkness Continent of the Ninth
3) League of Legends, World of Warcraft, Metin 2, Knight online
4) A legutolsó pl. a STAR WARS: The Old Republic, személyes okok végett erre a kérdésre nem kívánok teljességgel válaszolni.
5) a régebbiek nevére nem emlékszem. A legutolsó: Metin
6) Thrillion Kincsei
7) Hódító, Travian, The West.
8) World of Warcraft
9) Lineage II.
10) World of Warcraft, Rohan, Guildwars, Aion, Vindictus
11) Mostanában a METIN, több változata is, de volt már többféle is (kalózos, vérfarkasos a neveikre nem nagyon emlékszem).
12) Gates of Anderon, WoW, Metin2...
13) WoW, Thrillion Kincsei, Végzetúr, Mágia Mesterei.
14) Tk
15) Thrillion Kincsei
16) W.O.W. , és a lineage
17) Diablo
18) World of Warcraft, Nine Dragons
19) Warhammer Online, World of Warcraft, Runes of Magic
20) Thrillion Kincsei, Koyotl

20. EGY NAP átlagosan HÁNY ÓRÁT játszol/játszottál MMORPG játékkal?

kevesebb mint napi 1 órát	113	7.1%
napi 1 órát	180	11.3%
napi 2 órát	313	19.7%
napi 3 órát	299	18.9%
napi 4 órát	227	14.3%
napi 5 órát	186	11.7%
napi 6-8 órát	162	10.2%
napi 8-10 órát	51	3.2%
napi 10-12 órát	28	1.8%
több mint napi 12 órát	27	1.7%
Összes válasz	1586	

21. Általában egy játékon belül HÁNY KARAKTERREL játszol/játszottál?

1 karakterrel	614	38.7%

2 karakterrel	497	31.3%
3 karakterrel	213	13.4%
4 karakterrel	57	3.6%
4-nél több karakterrel	205	12.9%
Összes válasz	1586	

22. Értékeld az alábbi állításokat aszerint, hogy mennyire tartod/tartottad azokat IGAZNAK!

közösségen belül VEZETŐ szerepet töltök be

nem igaz	452	28.5%
inkább nem igaz	423	26.7%
inkább igaz	361	22.8%
igaz	270	17%
nem tudom / nem ismerem	80	5%

HC (hardcore) közösségeket szeretem

nem igaz	576	36.3%
inkább nem igaz	382	24.1%
inkább igaz	220	13.9%
igaz	191	12%
nem tudom / nem ismerem	217	13.7%

PvP-t szeretem

nem igaz	425	26.8%
inkább nem igaz	280	17.7%
inkább igaz	266	16.8%
igaz	429	27%
nem tudom / nem ismerem	186	11.7%

PvE-t szeretem

nem igaz	153	9.6%
inkább nem igaz	124	7.8%
inkább igaz	265	16.7%
igaz	798	50.3%
nem tudom / nem ismerem	246	15.5%

RP-t szeretem

nem igaz	291	18.3%
inkább nem igaz	263	16.6%
inkább igaz	335	21.1%
igaz	282	17.8%
nem tudom / nem ismerem	415	26.2%

gyógyító/healer vagyok

nem igaz	569	35.9%
inkább nem igaz	325	20.5%
inkább igaz	251	15.8%
igaz	296	18.7%
nem tudom / nem ismerem	145	9.1%

tank/sebzésfelfogó vagyok

nem igaz	549	34.6%
inkább nem igaz	320	20.2%
inkább igaz	262	16.5%
igaz	311	19.6%
nem tudom / nem ismerem	144	9.1%

DPS/sebzésosztó vagyok

nem igaz	274	17.3%
inkább nem igaz	195	12.3%
inkább igaz	287	18.1%
igaz	668	42.1%
nem tudom / nem ismerem	162	10.2%

supporter/támogató vagyok

nem igaz	467	29.4%
inkább nem igaz	262	16.5%
inkább igaz	363	22.9%
igaz	345	21.8%
nem tudom / nem ismerem	149	9.4%

NEMZETKÖZI közösség(ek) tagja vagyok

nem igaz	701	44.2%
inkább nem igaz	271	17.1%
inkább igaz	200	12.6%
igaz	284	17.9%
nem tudom / nem ismerem	130	8.2%

23. Jelenleg JÁTSZOL vagy régebben játszottál-e ONLINE TÖBBJÁTÉKOS (multiplayer) játékokkal? Minden olyan online játék ahol interakcióba kerülhetsz más játékosokkal. Szimulációk, realtime vagy körökre osztott stratégiák, FPS-ek vagy TPS-ek, ügyességi játékok, hack'n'slash játékok, MMORTS-ek, mint pl. Farmerana, DarkOrbit, Battlestar Galactica Online, Seafight, Pirate Storm, Drakensang Online, Rising Cities, RamaCity, SkyRama, ZooMumba, FantasyRama, Deepolis)

igen, jelenleg is AKTÍV játékos vagyok	1168	58%
igen, RÉGEBBEN játszottam	454	22.5%
nem, ilyen játékkal még SOHA sem játszottam!	180	8.9%
nem, csak kipróbáltam egyszer/kétszer	212	10.5%
Összes válasz	2014	

24. Mikor voltál utoljára AKTÍV online többjátékos (multiplayer) játékos? (a későbbi, játékkal kapcsolatos kérdésekre az aktív játékos időszakod jellemzői szerint válaszolj!)

1-6 hónapja	138	30%
0,5-1 éve	126	27.4%
1-3 éve	122	26.5%
3-6 éve	50	10.9%
6-10 éve	21	4.6%
10+ éve	3	0.7%
Összes válasz	460	

25. Miért hagytad abba? (több válasz lehetséges)

időhiány	186	27.5%
pénzhiány	20	3%
nem izgalmas, nem köt le	177	26.2%
nincs kivel játszani / szétment a csapat (klán, party...stb)	120	17.8%
nem könnyű / bonyolult / ennyit nem ér	17	2.5%
más érdekel	142	21%
hardware / szerver probléma miatt	14	2.1%
Összes válasz	676	

26. Mikor kezdtél el online többjátékos (multiplayer) játékokkal játszani?

kevesebb mint 1 éve	108	6.6%
1-3 éve	497	30.6%
3-6 éve	465	28.6%
6-10 éve	368	22.6%
10-15 éve	155	9.5%
15-20 éve	27	1.7%
több mint 20 éve	6	0.4%
Összes válasz	1626	

27. Hogyan kerültél kapcsolatba először ezzel a játékfajtával?

egy ismerősöm/barátom/családtagom	1017	62.6%

ajánlotta		
reklám/hirdetés/banner/szórólap útján	150	9.2%
interneten olvastam róla (pl. cikkben, fórumban)	352	21.7%
TV-ben/rádióban/újságban olvastam róla	47	2.9%
egyéb, éspedig:	59	3.6%
Összes válasz	1625	

28. Valójában MIÉRT játszol/játszottál online többjátékos (multiplayer) játékokkal, mi tetszik/tetszett benne? Szerinted melyek az ELŐNYEI, és Neked mit nyújt(hat) vagy miben segít? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni!(Opcionális kérdés)

1) Csapatjáték, a csapattagok együttműködése szükséges a győzelemhez, és a stratégiát mindig az adott helyzethez kell igazítani, nem annyira monoton, mint egy MMORPG A helyzetfelismerést, döntéshozást fejleszti, és az együttműködési képességet.
2) Ismét csak, kellemes kikapcsolódás.
3) Olyan közös időtöltés egyéb személyekkel amely során nem szorulok a program fejlesztőinek kizárolagos intelligenciájára, akár segítőtársként, akár ellenfélként egyéb emberek képességei nyújthatnak nekem segítséget/kihívást, amely mindig felülmúlhatja a keretek közé szorított képi intelligenciát, ráadásul sokkalta változatosabb.
4) Kiszámíthatatlan az ellenfél. Jó másokkal játszani.
5) Ugyanaz a válasz, mint az MMPORG-gal kapcsolatban.
6) Amikor játszottam multiplayer játékokkal, akkor lekötött. Ma már kevésbé.
7) Az okok a kellemes társaság, a szórakoztató történetek és az alkotás öröme.
8) Együtt játszhat az ember a barátaival, és eltölthetnek kellemes időt, nem számít, milyen messze is van a barát..
9) Kikapcsolódás.
10) Társaságban voltam.
11) Semmit. Ezért hagytam abba.
12) kikapcsol, pihentet. barátokat ad, fejleszti a világlátásom, szókincsem, a megfogalmazást
13) n/a Már nem játszom, így számomra nincsenek előnyei...
14) unaloműzés
15) Izgalmas, és jó volt játszani vele időnként. Kikapcsolódásra alkalmas a leginkább.
16) nem játszom
17) Sokkal kreatívabb vagyok, amióta játszok, mert nagy fantázia világ kell, hogy leírj 1-1 helyszínt, vagy magát a karaktert.

18) Hogy, ha távol vagyok is a barátaimtól, együtt szórakozhatunk.
19) Pihenéskép.
20) Hobbi, kikapcsolódás

mutassa meg az összes választ

29. Kérlek írd le konkrétan melyik online többjátékos (multiplayer) játék(ok)kal játszol/játszottál! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 5-6 játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás!

1) Combat Arms, League of Legends
2) League of Legends, Starcraft, Warcraft 3
3) Counter Strike, Heroes of Might and Magic 3., StarCraft, Diablo, Panzer General, Mechwarrior
4) sokkal, nem jegyzem meg a nevüket
5) Hódító, Travian, Ikariam.
6) Diablo II, Starcraft, Age of Empire II
7) Thrillion Kincsei
8) Diablo III., Killing Floor, Left 4 Dead, Starcraft II., Starcraft, Warcraft III., Diablo II.
9) Thrillion, Metin, Caesar
10) Ikariam, Travian
11) Guild Wars, Anion, Metin
12) Thrillion kincsei
13) Heroes3
14) ...
15) Diablo 2
16) nem emlékszem
17) COD
18) Fable III
19) farmerama
20) Leauge of Legends

mutassa meg az összes választ

30. EGY NAP átlagosan HÁNY ÓRÁT játszol /játszottál ONLINE TÖBBJÁTÉKOS (multiplayer) játékokkal?

kevesebb mint napi 1 órát	277	17.1%
napi 1 órát	278	17.1%

napi 2 órát	395	24.3%
napi 3 órát	256	15.8%
napi 4 órát	168	10.4%
napi 5 órát	109	6.7%
napi 6-8 órát	98	6%
napi 8-10 órát	23	1.4%
napi 10-12 órát	10	0.6%
több mint napi 12 órát	9	0.6%
Összes válasz	1623	

31. Milyen KÉPESSÉGEIDET fejlesztették az online multiplayer játékok? Miket TANULTÁL a játék során, miben FEJLŐDTÉL? Kérlek, ezt röviden, pár mondatban írd le! Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) Reflexek, szem-kéz koordináció, helyzetfelismerés terén fejlődtem. Gyorsabban átlátok bonyolultabb szituációkat és megtalálom rájuk az optimális reakciót.
2) Taktikai érzék, reflexek
3) Fejlődtem az egérkezelésben, fejlesztette a stratégiai-, kombinációs-, taktikai képességeimet, a reflexeim, és az elemzőkészségem. Segítségükkel megszokható a stresszhelyzetben való döntések meghozatala, ha valaki kellőképp komolyan veszi az adott játékot. Új barátokat szereztem általuk, tehát a szociális készségeim is fejleszthették.
4) nem tudom
5) Stratégikus, taktikus gondolkodás. Másokkal való kapcsolatfelvétel.
6) Némi stratégiai érzéket nevelt belém... :)
7) A játék által észlelhetően fejlődött a fogalmazási képességem. Az írásaim választékosak, és többnyire nyelvtanilag helyesek.
8) Csapatmunka, logisztika, bizalom
9) személyiségfejlődés, megtanultam kívülről látni a dolgokat, nem azonnali érzelmek alapján reagálok hanem először tudatosítom magamban, hogy mit és miért érzek
10) A tervezésben segítettek.
11) Nem értem a skillekre gondolsz-e vagy mint ember miben fejlődtem?
12) fogalmazás, szókincs
13) stratégiai gondolkodás
14) logika
15) Szerintem semmiben, ha igen nem tűnt fel.
16) nem játszom
17) Fejlődött a kommunikációs képességem, a kreativitásom, a probléma megoldó képességem. Megtanultam csapatban játszani.

18) Rájöttem ,hogy a kicsi, gyengébb egyének is lehetnek egy csapat értékes, pótolhatatlan tagjai.
19) gazdálkodás
20) Nem fejleszt, kikapcsol

mutassa meg az összes választ

32. Jelenleg JÁTSZOL vagy régebben játszottál-e ASZTALI SZEREPJÁTÉKOKKAL (RPG)? Minden amit a klasszikus "pen and paper" műfaj képvisel. Az asztali szerepjátékok minden műfaja, rendszertől és világképtől függetlenül. Mindaz amihez mesélő és játékos(ok) kellenek.

igen, jelenleg is AKTÍV játékos vagyok	370	18.4%
igen, RÉGEBBEN játszottam	469	23.3%
nem, ilyen játékkal még SOHA sem játszottam!	670	33.3%
nem, csak kipróbáltam egyszer/kétszer	505	25.1%
Összes válasz	2014	

33. Mikor voltál utoljára AKTÍV asztali szerepjátékos? (a későbbi, játékkal kapcsolatos kérdésekre az aktív játékos időszakod jellemzői szerint válaszolj!)

1-6 hónapja	78	16.5%
0,5-1 éve	71	15%
1-3 éve	114	24.1%
3-6 éve	88	18.6%
6-10 éve	63	13.3%
10+ éve	60	12.7%
Összes válasz	474	

34. Miért hagytad abba? (több válasz lehetséges)

időhiány	156	25.4%
pénzhiány	15	2.4%
nem izgalmas, nem köt le	83	13.5%
nincs kivel játszani / szétment a csapat (klán, party...stb)	243	39.6%
nem könnyű / bonyolult / ennyit nem ér	13	2.1%
más érdekel	103	16.8%
Összes válasz	613	

35. Mikor kezdtél el asztali szerepjátékokkal játszani?

kevesebb mint 1 éve	54	6.4%

1-3 éve	151	17.8%
3-6 éve	163	19.3%
6-10 éve	184	21.7%
10-15 éve	160	18.9%
15-20 éve	92	10.9%
több mint 20 éve	42	5%
Összes válasz	846	

36. Hogyan kerültél kapcsolatba először ezzel a játékfajtával?

egy ismerősöm/barátom/családtagom ajánlotta	630	74.5%
reklám/hirdetés/banner/szórólap útján	45	5.3%
interneten olvastam róla (pl. cikkben, fórumban)	120	14.2%
TV-ben/rádióban/újságban olvastam róla	25	3%
egyéb, éspedig:	26	3.1%
Összes válasz	846	

37. Valójában MIÉRT játszol/játszottál asztali szerepjáték(ok)kal, mi tetszik/tetszett benne? Szerinted melyek az ELŐNYEI, és Neked mit nyújt(hat) vagy miben segít? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) gh,
2) Fejleszti a kreativitást, kiélheted a fantáziádat, jó időtöltés.
3) Igazi társasjáték, egy remek alkalom kilépni a hátköznapokból a haverokkal, már ha sikerül egy csapatra valót összeverbuválni belőlük.
4) Jó érzés beleélni magam egy általunk kitalált világba.
5) Egy másik illető bőrébe bújhatok, átélve az ő cselekedetei és döntései nyújtotta élményeket, amelyekre a való életben nem lenne lehetőségem, mindeközben megfigyelve mások reakcióit is, ráadásul akár ez egy olyan környezetben is adódhat, amely szintén nem feltétlenül valós, ellenben valamely okból kifolyólag számomra tetszetős, szimpatikus. Sokféleképpen fejlesztik/fejleszthetik az embert, és társas program, interakciókkal több személy között. A benne foglaltatott lehetőségek száma végtelen, akár a való életben, és a játék maga személyre, adott társaságra szabható, ezáltal is biztosítva a kiemelkedő szórakozást. Tetszetős helyzetekbe, korokba, világokba repít, amelyeket mások elméje is segít élővé varázsolni.
6) Jol erzem magam a barataimmal.
7) Az, hogy a történet alakulása sokban függ mind a mesélő, mind a játékos személyiségétől, képességeitől, tudásától.

8) Izgalmas, pörgős, élvezetes a barátokkal együtt (közben iszogatunk, ökörködünk)
9) Én alakítom ki a karakterem, és nem egy már kitaláltatt irányítok, és én dötöm el h mit mond, mit csinál, nem 3-4 választási lehetőségem van.
10) Társaság, közös siker élménye, önmagamat is jobban megismertem, és megértettem. Más szemszögekből is megtanultam gondolkodni, nagymértékben szélesedett a látóköröm.
11) Kipróbálhatom magam új, absztrakt helyzetekben. Kreatív időtöltés a barátaimmal. Számomra átmenet a színészkedés és a társasjátékok között.
12) Egyértelműen a társaság miatt. A KM-ek által irányított játékokból mindig nagy adag szívás és hülyülés sül ki. Abszolút favorit
13) Baráti társaság, jó hangulat és a játék élmény miatt szeretek asztali szerepjátékkal játszani.
14) Egyrészt unaloműzés céljából.Másrészt itt kipróbálhatok egy egyedi,új játékot,új világot,új történeteket hallhatok,ú emberekkel ismerkedhetek meg.
15) Mert amit a DM elmesél és leír, el tudom képzelni. Nem unalmas, mert mindig más helyszínen vagyunk, így mindig más "világ" tárul elém.
16) Együtt lehetek a barátaimmal, új arcokat ismerhetek meg.
17) emberi kapcsolaok
18) rendkívül izgalmasnak találom, a fantáziánk és kreativitásunk fejlesztésében fontos szerepet játszik.
19) MERT FUN. :D Egy élmény haverokkal játszani és szórakozni. :)
20) ismét csak: mert élvezem

mutassa meg az összes választ

38. Kérlek írd le konkrétan melyik asztali szerepjáték(ok)kal játszol/játszottál! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 5-6 játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás!

1) WoD
2) Vámpír: A Maszkabál
3) Dungeons&Dragons 3.5, MAGUS
4) Dungeons and Dragons
5) MAGUS, World of Darkness világai, Shadowrun, Cyberpunk, Legend of the Five Rings, DnD különböző világai, Warhammer Fantasy, Warghammer 40k, Codex, Yvorl Káosz Világa, Kult, ...sok egyéb
6) D&D 3.5, Pathfinder (Aktiv)

7) Vampire The Masquarade, Vampire The Dark Age, M.A.G.U.S
8) MÁGUS
9) M.A.G.U.S
10) M.A.G.U.S., AD&D, Star Wars, Vampire The Masquerade, Shadowrun, Cyberpunk
11) CODEX, M.A.G.U.S., SHADOWRUN, Call of C.
12) egyedileg kialakított világú, D&D
13) World of Darkness-en belül az összes (Vampire, Werewolf, Hunter, Changeling stb..) M.A.G.U.S. , Shadowrun.
14) Thrillion Kincsei,Vallheroes,Thyalie
15) D&D, Vampire - A Maszkabál, Fallout
16) Drakula Dühe, Citadella, Rúnamester, Kaland-Játék-Kockázat könyvek
17) magus
18) M.A.G.U.S., Vampire, Star Wars, Shadowrun
19) Warhammer fantasy 2nd, Dark Heresay, World of Darkness, Vampire of Requeim, D&D 4 , Teaveller, Sword & Wizard, Deadlands, Evernight. Anima, Exalted, Star Wars. Hackmaster, Paranomia,
20) AD&D, Magus, Star Wars, MERP, Shadowrun

mutassa meg az összes választ

39. Jellemzően mennyi IDŐT vesz / vett igénybe egy tipikus JÁTÉKALKALOM?

kevesebb mint 1 óra	83	9.8%
1-2 óra	162	19.2%
2-5 óra	309	36.6%
5-10 óra	206	24.4%
10-20 óra	57	6.8%
egész nap (20-24 óra)	16	1.9%
több mint 1 nap	11	1.3%
Összes válasz	844	

40. Milyen KÉPESSÉGEIDET fejlesztették az asztali szerepjátékok? Miket TANULTÁL a játék során, miben FEJLŐDTÉL? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) adg
2) Beszédkészség, improvizációs készség, önbizalom.
3) Csapatépítés terén verhetetlen egy asztalis alkalom, szerintem. Emellett a játékos mindig saját személyisége egy darabját játssza ki a karakterében, tehát megismerni egymást sem utolsó alkalom.

4) Képzelőerő, taktikai érzék, szívósság.
5) ennek száma rengeteg, jelen helyzetemben nem is tudom meghatározni, talán csak kiemelhetnék szembetűnőbb dolgokat, ezért eltekintek ettől-
6) Logikat fejleszt elso sorban, mast eddig meg nem vettem eszre.
7) Elsősorban a kommunikációs képességeimet fejlesztette.
8) Fantázia, mesélés,
9) A fantáziám fejlődött...
10) Kommunikáció, memória, önuralom. Megtanultam elfogadni mások véleményét is, a szükséges együttműködés sikerélmény-fokozó hatását is megtapasztaltam.
11) retorika, színészkedés, csapatban gondolkodás, rengeteg háttérismeret a középkori életvitelről, eszközökről, játékvezetés.
12) improvizálás
13) Írói képességem, a kreativitásom, és hogy jól beletudom képzelni magam mások helyzetébe.
14) A megfogalmazó készségem fejlődött.A türelmem is növekedett.
15) Fejleszti a csapatjátékot, a logikus gondolkozást. Megtanultam érvelni, ami nagy előny.
16) Logikai érzékem, döntéskészségem fejlődött.
17) erő, egészség
18) Kreativitás, Fantáziámat élénkítette
19) Szociális és kommunikációs.
20) ugyanazt mondanám mint az előző hasonló kérdésnél is.

mutassa meg az összes választ

41. Jelenleg JÁTSZOL vagy régebben játszottál-e táblás / asztali vagy gyűjtögetős kártyákon alapuló STRATÉGIAI játékokkal?

igen, jelenleg is AKTÍV játékos vagyok	214	10.6%
igen, RÉGEBBEN játszottam	476	23.6%
nem, ilyen játékkal még SOHA sem játszottam!	753	37.4%
nem, csak kipróbáltam egyszer/kétszer	571	28.4%
Összes válasz	2014	

42. Mikor voltál utoljára AKTÍV táblás / asztali vagy gyűjtögetős kártyákon alapuló stratégiai játékos? (a későbbi, játékkal kapcsolatos kérdésekre az aktív játékos időszakod jellemzői szerint válaszolj!)

1-6 hónapja	70	14.5%
0,5-1 éve	74	15.4%
1-3 éve	125	25.9%

3-6 éve	94	19.5%
6-10 éve	72	14.9%
10+ éve	47	9.8%
Összes válasz	482	

43. Miért hagytad abba? (több válasz lehetséges)

időhiány	137	20.4%
pénzhiány	76	11.3%
nem izgalmas, nem köt le	105	15.6%
nincs kivel játszani / szétment a csapat (klán, party...stb)	179	26.7%
nem könnyű / bonyolult / ennyit nem ér	17	2.5%
más érdekel	157	23.4%
Összes válasz	671	

44. Mikor kezdtél el táblás / asztali vagy gyűjtögetős kártyákon alapuló stratégiai játékokkal játszani?

kevesebb mint 1 éve	48	6.9%
1-3 éve	143	20.6%
3-6 éve	153	22.1%
6-10 éve	169	24.4%
10-15 éve	114	16.5%
15-20 éve	34	4.9%
több mint 20 éve	32	4.6%
Összes válasz	693	

45. Hogyan kerültél kapcsolatba először ezzel a játékfajtával?

egy ismerősöm/barátom/családtagom ajánlotta	490	70.7%
reklám/hirdetés/banner/szórólap útján	49	7.1%
interneten olvastam róla (pl. cikkben, fórumban)	102	14.7%
TV-ben/rádióban/újságban olvastam róla	32	4.6%
egyéb, éspedig:	20	2.9%
Összes válasz	693	

46. Valójában MIÉRT játszol/játszottál táblás / asztali vagy gyűjtögetős kártyákon alapuló stratégiai játékokkal, mi tetszik/tetszett bennük? Szerinted melyek az ELŐNYEI, és Neked mit nyújt(hat) vagy miben segít? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) Már nem játszom... túl sok időt pénzt emésztett fel
2) Kellemes kikapcsolódás.
3) Tetszenek az adott játékok figurái, és élményt jelent az elkészítésük, illetve kihívást az ellenfél elleni játék.
4) Logikat fejleszt.
5) Olyan, mint egy összetettebb kártyajáték. Stratégiákat kell felállítani, ki kell ismerni az ellenfelet.
6) Azért játszottam, mert ismerősök belekezdtek, gondoltam, kipróbálom. Nem jött be.
7) Kevés alkalom volt, amikor ismerősök invitáltak.
8) Ez maradt meg a személyes játékélményből az asztali játékok vége után.
9) a gyűjtögetés. A különböző kártyák birtoklása. Legalábbis régebben, azt hiszem, ez volt. Ma már megmosolyogtató az egész, és nem is tetszik.
10) .
11) Táblás?Ha ezen belül olyanra gondolsz,hogy egy csapat idegen leül egy asztal köré,előttük egy tábla,egy rakat kártya,meg többféle ennyi,meg annyi oldalú kártya,akkor:SOHA NEM JÁTSZOTTAM ÉS NEM IS AKAROK!!!!! Ha viszont ONLINE RPG-RE GONDOLSZ,akkor igen,játszom ilyenekkel.
12) Megismerek más játékosokat.(Nem egy közülük, ma is jó barátom.) A versenyeken értékes nyereményeket nyerhetek.
13) kikapcsolodás
14) Kikapcsol
15) Mert élvezem
16) .
17) .
18) MErt vicces és jó társaságot képez a jelenlevőkből.
19) egyszerűen csak szórakoztat
20) Mert könnyen meg lehet tanulni a szabályokat és élőben, társaságban is lehet játszani.

mutassa meg az összes választ

47. Kérlek írd le konkrétan melyik táblás / asztali vagy gyűjtögetős kártyákon alapuló stratégiai játék(ok)kal játszol/játszottál! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 5-6 játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás!

1) Magic: The Gathering
2) HKK (Hatalom kártyai kártyajáték)
3) Warhammer, Magic The Gathering
4) Arkam horror, Betrayer at house on the hill, The legend of drizzt, Wrath of Ashardalon, Small world

5) Már a nevére sem emlékszem.
6) Hatalom Kártyái
7) Kevés alkalom volt, amikor ismerősök biztosították a játékot.
8) M.A.G.U.S. Kiválasztottak Kártyajáték.
9) HKK - Hatalom Kártyái Kártyajáték
10) Catan telepesei
11) !
12) Álomfogó, Hatalom kártyái kártyajáték
13) sakk
14) Warhammer
15) Munchkin
16) .
17) .
18) A méret a lényeg, ki nevet a végén, sakk, malom...
19) Hatalom Kártyái
20) Warhammer Fantasy Battle

mutassa meg az összes választ

48. Jellemzően mennyi IDŐT vesz / vett igénybe egy tipikus JÁTÉKALKALOM?

kevesebb mint 1 óra	133	19.3%
1-2 óra	274	39.7%
2-5 óra	227	32.9%
5-10 óra	44	6.4%
10-20 óra	12	1.7%
egész nap (20-24 óra)	0	0%
több mint 1 nap	0	0%
Összes válasz	690	

49. Milyen KÉPESSÉGEIDET fejlesztették táblás / asztali vagy gyűjtögetős kártyákon alapuló stratégiai játékok? Miket TANULTÁL a játék során, miben FEJLŐDTÉL? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) Semmit... legfeljebb azt, hogyan üzleteljek egy jó cseréért
2) Játék.
3) ennek száma rengeteg, jelen helyzetemben nem is tudom meghatározni, talán csak kiemelhetnék szembetűnőbb dolgokat, ezért eltekintek ettől-
4) Logika
5) Stratégia, részletekre kiterjedő figyelem.

6) Kártyakeverési? :) Komolyra fordítva, nem tudnék ilyet mondani.
7) Előnye csupán a kellemes társaság volt.
8) Kombinációs képességek javultak.
9) n/a. Egyszerűen kikapcsolt. Nem hiszem hogy bármiben is segített, legfeljebb a stratégia gondolkodásban, szabálykövetésben.
10) -
11) NEM VOLT,OLYAN KÉPESSÉGEM,AMI FEJLŐDJÖN,MERT ÉN UTÁLOM EZT!!!!
12) Megtanultam jobban, hatékonyabban beosztani a pénzt.
13) odafigyelés, stratégia, szervezés
14) Nem fejleszt, kikapcsol
15) ugyanaz
16) .
17) .
18) Beszédkésség, gondolkodás
19) nem tudom
20) A logikát remekül lehet vele fejleszteni.

mutassa meg az összes választ

50. Jelenleg JÁTSZOL vagy régebben játszottál-e ÉLŐ SZEREPJÁTÉKOKKAL (LARP, live)?
Azon szerepjátékok, ahol ténylegesen el is játszod a karaktered tetteit. A játék világának és a karakter megjelenítésének minden foka, legyen az bár a maximális realitásra törekvés vagy az elképzelt környezeten alapuló rendszer.

igen, jelenleg is AKTÍV játékos vagyok	102	5.1%
igen, RÉGEBBEN játszottam	129	6.4%
nem, ilyen játékkal még SOHA sem játszottam!	1381	68.6%
nem, csak kipróbáltam egyszer/kétszer	402	20%
Összes válasz	2014	

51. Mikor voltál utoljára AKTÍV élő szerepjátékos (LARP, Live)? (a későbbi, játékkal kapcsolatos kérdésekre az aktív játékos időszakod jellemzői szerint válaszolj!)

1-6 hónapja	20	15.3%
0,5-1 éve	25	19.1%
1-3 éve	30	22.9%
3-6 éve	29	22.1%
6-10 éve	22	16.8%
10+ éve	5	3.8%

Összes válasz	131	

52. Miért hagytad abba? (több válasz lehetséges)

időhiány	57	31.1%
pénzhiány	12	6.6%
nem izgalmas, nem köt le	23	12.6%
nincs kivel játszani / szétment a csapat (klán, party...stb)	50	27.3%
nem könnyű / bonyolult / ennyit nem ér	8	4.4%
más érdekel	33	18%
Összes válasz	183	

53. Mikor kezdtél el élő szerepjátékokkal játszani?

kevesebb mint 1 éve	30	12.9%
1-3 éve	62	26.7%
3-6 éve	56	24.1%
6-10 éve	33	14.2%
10-15 éve	38	16.4%
15-20 éve	4	1.7%
több mint 20 éve	9	3.9%
Összes válasz	232	

54. Hogyan kerültél kapcsolatba először ezzel a játékfajtával?

egy ismerősöm/barátom/családtagom ajánlotta	162	69.8%
reklám/hirdetés/banner/szórólap útján	8	3.4%
interneten olvastam róla (pl. cikkben, fórumban)	43	18.5%
TV-ben/rádióban/újságban olvastam róla	4	1.7%
egyéb, éspedig:	15	6.5%
Összes válasz	232	

55. Valójában MIÉRT játszol/játszottál ÉLŐ szerepjáték(ok)kal, mi tetszik/tetszett benne? Szerinted melyek az ELŐNYEI, és Neked mit nyújt(hat) vagy miben segít? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) Egy poén a hasonszőrűekkel, a "hámból kirúgás" geek módra.
2) Ugyanazért, amiért a többi játékot, de itt ha lehet, mégtobb emberrel találkozom személyesen, ráadásul a játék közben a mozgás örömét is nyújtja, ill. új helyszíneket ismerhetek meg, stb.

3) Szerintem ez a szerepjáték csúcsa, amikor a karakter bőrébe bújsz. Itt kell igazán jó szerepjátékosnak lenni.
4) Életre szóló élmény minden alkalom!
5) Mert szeretek tolvaj/ orvgyilkos/ lovag bőrbe bújni
6) hobbi
7) Néha jó egy kicsit másnak lenni, mint a megismert ember.
8) .
9) Szerepjáték
10) Mert nagyon izgalmas, a fantáziánknak csak a körbe írt világ szab határt, és ott azok lehetünk akik a legszívesebben lennék. Nagyon izgalmas és írói történeket lehet velük kialakítani.
11) Testmozgásnak ideális volt, ráadásul a kardot markolni, meg kergetni a többieket sem utolsó.
12) Jó társaság, nevetés.
13) Idegenekkel lehetett ismerkedni
14) Különleges kikapcsolódás, közösséghez tartozás élménye.
15) élő szerepjáték hogy értik?
16) Maga a Világ és a történései, (Világ=élőlények,tárgyak,történések,...)
17) szintén fun haverokkal
18) Érdekes a történet.
19) Jó a társaság, és a szabad levegőn vagyunk.
20) Kikapcsolódás, társas tevékenység, kirándulás a természetben.

mutassa meg az összes választ

56. Kérlek írd le konkrétan melyik élő szerepjáték(ok)kal játszol/játszottál! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 5-6 játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás!

1) Gloria Live
2) ...
3) Igazából általunk kitalált szabályrendszerű játékokkal játszottunk, de talán a Vampire The Dark Age-hez és a Mágushoz volt legközelebb.
4) MÁGUS, de próbálkoztunk akár improvizált Shakespeare darabokkal is :)
5) Egy baráti társaságban játszom a főváros környékén, ill. Debrecen környékén.
6) magus
7) Mr. X
8) .
9) Már nem tudom
10) Thrillion Kincsei

11) Nem volt neve, csak LARPoltunk
12) Mágus
13) Vampire
14) .
15) Oszkó Live (DnD világon alapuló hack'n'slash fantasy), Deimos LARP (paintballos élő szerepjáték az Armageddon 2092 - Mars világán), ÁlomVilág Live (alternatív jelen mágiával)
16) .
17) TP live
18) D&D (Dungeons and dragons)
19) passz
20) Witcher,Sassains Creed,Gothic

mutassa meg az összes választ

57. Jellemzően mennyi IDŐT vesz / vett igénybe egy tipikus JÁTÉKALKALOM?

kevesebb mint 1 óra	31	13.4%
1-2 óra	33	14.3%
2-5 óra	44	19%
5-10 óra	37	16%
10-20 óra	21	9.1%
egész nap (20-24 óra)	20	8.7%
több mint 1 nap	45	19.5%
Összes válasz	231	

58. Milyen KÉPESSÉGEIDET fejlesztették az élő szerepjátékok? Miket TANULTÁL a játék során, miben FEJLŐDTÉL? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) Semmit, a dolog a kikapcsolódásról szól.
2) ennek száma rengeteg, jelen helyzetemben nem is tudom meghatározni, talán csak kiemelhetnék szembetűnőbb dolgokat, ezért eltekintek ettől-
3) Kommunikációs, színészi képességeket fejleszt, és olykor a nevetőizmokat. :))
4) Előadás, lámpaláz leküzdése, saját személyiség ezáltal önmagam felvállalása, önismeret
5) A beszédkészségem, az állókészségem
6) stratégia, csapat össze fogás
7) Logikát fejleszt. a logikai készségem növekedett.
8) .

9) Helyzetfelismerés, bonyodalom megoldás
10) Beszédkészség, diszgráfia fejlesztő, fantázia, kreativitás fejlesztő illetve intenzív logika és memória fejlesztő hogy az eseményeket soron tudd követni.
11) Megtanultam hogy gyengéden kell bánni az ellenféllel, mert jó eséllyel neki is van fegyvere, és ha erre rájön ...
12) Nem tudom.
13) Kapcsolatteremtés
14) Színészi képességek, több ember előtt történő beszéd
15) testi erő, fürgeség, kreativitás, taktika,
16) Fizikai kondíció
17) Fizikai erőnlétem javult
18) Kreativitás, beszédkészség, vizualitás, tájékozódás (akár éjjel), kézművesség (felszerelések többnyire saját kezűleg készülnek).
19) Beszédkészség, Előadói készség, vezetői készség, önfeltalálás, problémamegoldás fejlesztése.
20) magamat alakíthatom, ledigitalizálhatom magam

mutassa meg az összes választ

59. Jelenleg JÁTSZOL vagy régebben játszottál-e FÓRUMOS, EMAILES, CHATES szerepjátékokkal (FRPG)?
Azok a több élőszereplős játékok, ahol a mesélő (vagy az őt helyettesítő szoftver) és a játékosok közti kommunikáció szinte egyetlen formája az írott szöveg.

igen, jelenleg is AKTÍV játékos vagyok	224	11.1%
igen, RÉGEBBEN játszottam	179	8.9%
nem, ilyen játékkal még SOHA sem játszottam!	1255	62.3%
nem, csak kipróbáltam egyszer/kétszer	356	17.7%
Összes válasz	2014	

60. Mikor voltál utoljára AKTÍV fórumos, emailes, chates szerepjáték (FRPG) játékos? (a későbbi, játékkal kapcsolatos kérdésekre az aktív játékos időszakod jellemzői szerint válaszolj!)

1-6 hónapja	29	16.1%
0,5-1 éve	27	15%
1-3 éve	52	28.9%
3-6 éve	36	20%
6-10 éve	25	13.9%
10+ éve	11	6.1%

Összes válasz	180	

61. Miért hagytad abba? (több válasz lehetséges)

időhiány	67	25.3%
pénzhiány	6	2.3%
nem izgalmas, nem köt le	60	22.6%
nincs kivel játszani / szétment a csapat (klán, party...stb)	54	20.4%
nem könnyű / bonyolult / ennyit nem ér	6	2.3%
más érdekel	69	26%
hardware / szerver probléma miatt	3	1.1%
Összes válasz	265	

62. Mikor kezdtél el fórumos, emailes, chates szerepjátékokkal játszani?

kevesebb mint 1 éve	42	10.4%
1-3 éve	124	30.7%
3-6 éve	97	24%
6-10 éve	99	24.5%
10-15 éve	33	8.2%
15-20 éve	7	1.7%
több mint 20 éve	2	0.5%
Összes válasz	404	

63. Hogyan kerültél kapcsolatba először ezzel a játékfajtával?

egy ismerősöm/barátom/családtagom ajánlotta	184	45.5%
reklám/hirdetés/banner/szórólap útján	61	15.1%
interneten olvastam róla (pl. cikkben, fórumban)	97	24%
TV-ben/rádióban/újságban olvastam róla	2	0.5%
véletlenül találtam rá az interneten	44	10.9%
egyéb, éspedig:	16	4%
Összes válasz	404	

64. Valójában MIÉRT játszol/játszottál FÓRUMOS, emailes, chates szerepjátékokkal (FRPG), mi tetszik/tetszett bennük? Szerinted melyek az ELŐNYEI, és Neked mit nyújt(hat) vagy miben segít? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) sedthj
2) Ennél a fajta szerepjátéknál semmi sem fejleszti jobban a kreativitást, az íráskészséget, a fantáziát. Nagyon sok hasonló gondolkodású embert ismertem meg általa.

3) A közösség, és mert itt tényleg a történet számít semmi más. Néha már szépirodalmi minőségű sztorikat lehet olvasni és alakítani, remek megfogalmazásban író játékosok között.
4) Fejleszti mindenem. Képzelőerő, íráskészség, tudás, olvasottság.
5) több emberrel játszhatom, mint az asztali offline papeer RPG-t, és nem szükséges találkoznom játékostársaimmal, ezért könnyebb áthidalni általa a közös játék-időpontok és a jelenlét jelentette problémákat.
6) Olyan színházféle, ahol összejön egy jó társaság, író is, rendező is, színész is lehetsz.
7) Valójában kreatív írásként tekintek rá, a keretvilág adott, azonban minden más a fórumon, játék közben, a játékosok reagjai alapján alakul. Gyakorlatilag közösen írjuk a történetet, ami nagy szabadságot ad. Sokat fejlődött az íráskészségem, a stílusom, a kreativitásom. Mára képes vagyok különböző stílusban leírni ugyanazt az eseményt. Mivel döntően off time játékokról van szó, nem időhöz kötött. A legtöbb játékos 20 éven felüli, több karakter is visz, ezért nem azonosulnak a karakterekkel, mint a többi játékban, ezáltal nem jellemző a gyűlölködés. Szórakoztató.
8) Mindig szerettem írni, és ennek egy érdekes formája a fórumos szerepjáték. Izgalmas úgy írni, hogy nem tudhatom, hogy a következő hozzászólásban a játékostárs(ak) mit fog(nak) reagálni.
9) Kellemes társaság, érdekes történetek és az íráskészség jelentős fejlődése.
10) Új emberek megismerése, új játékforma megismerése, jó társaság, kellemes időtöltés, elrugaszkodás a valóságtól
11) hogy együtt alakítjuk a története, hogy nem csak az én fantáziámon múlik. kihívást jelent hogy a másik hogyan reagál
12) Én alakítom ki a karakterem, és nem egy már kitaláltatt irányítok, és én dötöm el h mit mond, mit csinál, nem 3-4 választási lehetőségem van.
13) Baráti társaságot nyújt.
14) Ez egyfajta irodalmi homokozó, nem tartozik a kedvenceim közé a szerepjátékok között, sőt általános tapasztalatom, hogy akik FRPG-vel kezdték a szerepjátékot, nagyon nehézkesen megy nekik az asztali RPG. Általában azért, mert élőszóban is túlbonyolítják a mondandójukat, színészkedés helyett mindent körülírnak. Viszont sokat segít bizonyos kommersz, fantasy fordulatok és szöveges panelek megismerésében. Alapnak nem rossz, de nem tartozik a kedvenceim közé a pusztán fórumalapú játék.
15) íráskèszség és kreativitás fejlesztése, helyesírás, stb.
16) Az érzés miatt. Amikor többen összegyűlünk, nem is ismerjük egymást, csak a közös érdeklődés hoz össze minket. Általában a mesélői szerepet vállalom el, de játékosként is sokszor kipróbáltam magam, így sokrétű tapasztalatot szerezhettem. Tetszik az, hogy kiszámíthatatlan. Mesélőként eltervezhetem ezt-meg-azt, de a játékosok miatt biztos, hogy nem úgy fog alakulni.

17) Kikapcsolódás, a játék élménye miatt.
18) szeretek írni, olvasni, szeretek játszani. Leköt, figyelmet terel, szórakoztat.
19) Sokat segít abban, hogy ki tudd fejezni magad. A fórumos játék megtanít, hogyan írd le magad, a környezetet, hogy a másik játékos könnyebben el tudja képzelni mind azt ami a szeme elé tárul.
20) Mert szeretek írni, magamra ölteni egy képzelt karaktert

mutassa meg az összes választ

65. Kérlek írd le konkrétan melyik fórumos, emailes, chates szerepjáték (FRPG) játék(ok)kal játszol/játszottál! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 5-6 játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás!

1) Doctor Who, ASoIaF
2) Thrillion Kincsei
3) Thrillion Kincsei
4) thrillion.hu, vampirefantasy.hu
5) SW-decay (STAR WARS), MAGUS, Thrillion Kincsei, Vampire-fantasy
6) Thrillion kincsei
7) Thrillion Kincsei
8) www.vampirefantasy.hu, www.thrillion.hu
9) Thrillion Kincsei
10) Thrillion Kincsei (1 és 2)
11) THRILLION
12) Thrillion Kapui
13) Thrillion Kincsei
14) volt pár, amit kipróbáltam, de azóta mindegyik eltűnt a süllyesztőben azóta. A címük se ugrik be...
15) Martion Mágustanoda, Thrillion kincsei
16) Star Wars - Galaxy (megszűnt), Stargate – Galaxy, Az Erő Útjai szerepjáték, Középfölde szerepjáték(tudtommal megszűnt), X-akták(megszűnt), számos egyéb kisebb oldal, amikre már nem emlékszem
17) Thrillion kincsei
18) Thrillion Kincsei
19) Thrillion Kincse
20) Thrillion Kincsei

mutassa meg az összes választ

66. EGY NAP átlagosan HÁNY ÓRÁT játszol /játszottál fórumos, emailes, chates szerepjátékokkal (FRPG)?

kevesebb mint napi 1 órát	96	23.8%
napi 1 órát	78	19.3%
napi 2 órát	76	18.8%
napi 3 órát	47	11.6%
napi 4 órát	31	7.7%
napi 5 órát	29	7.2%
napi 6-8 órát	28	6.9%
napi 8-10 órát	11	2.7%
napi 10-12 órát	4	1%
több mint napi 12 órát	4	1%
Összes válasz	404	

67. Milyen KÉPESSÉGEIDET fejlesztették a fórumos, emailes, chates szerepjátékok? Miket TANULTÁL a játék során, miben FEJLŐDTÉL? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) rfthnm
2) Íráskészség, kreativitás, fantázia.
3) Fogalmazást, mindenképpen... oda kell figyelni, mit ír az ember, hogyan írja, tudni kell összeszedni a gondolatokat.
4) Mindent
5) ennek száma rengeteg, jelen helyzetemben nem is tudom meghatározni, talán csak kiemelhetnék szembetűnőbb dolgokat, ezért eltekintek ettől-
6) nem tudom
7) Írás, stílus, fogalmazás, kreativitás.
8) Fogalmazásban mindenképpen segített.
9) Jelentősen javult a fogalmazási képességem, nem csak terjedelmében, minőségében is.
10) Empátia, segítőkészség, türelem, intelligencia, kitartás
11) fantázia, önismeret, íráskészség, fogalmazás,
12) Fantázia
13) A fogalmazás pontossága fontos, ezt remekül lehet gyakorolni a játékban.
14) lásd mmorpg-s bejegyzés.
15) kreativitás, íráskészség, jobb fogalmazás és helyesírás, nagyobb képzelőerő
16) Itt tanultam meg magamtól a gyorsírást és gyorsolvasást. Megtanultam jobban kifejezni magam mind írásban és mind élő kommunikációban

17) Írói képesség
18) konkrétan nem tudom, nem konkrétan pedig elmondhatatlan
19) Megtanultam felépíteni egy vázra a játékot, így a "reag"-om nem csak 5-6 sor volt, hanem egy negyed oldal, mert mindent részletesen leírtam.
20) Fogalmazási képességem fejlődött

mutassa meg az összes választ

68. Jelenleg JÁTSZOL vagy régebben játszottál-e SZÁMÍTÓGÉPES egyszemélyes (single player) SZEREPJÁTÉKOKKAL (CRPG)?

igen, jelenleg is AKTÍV játékos vagyok	842	41.8%
igen, RÉGEBBEN játszottam	564	28%
nem, ilyen játékkal még SOHA sem játszottam!	327	16.2%
nem, csak kipróbáltam egyszer/kétszer	281	14%
Összes válasz	2014	

69. Mikor voltál utoljára AKTÍV egyszemélyes számítógépes szerepjátékos (CRPG)? (a későbbi, játékkal kapcsolatos kérdésekre az aktív játékos időszakod jellemzői szerint válaszolj!)

1-6 hónapja	145	25.5%
0,5-1 éve	123	21.7%
1-3 éve	146	25.7%
3-6 éve	94	16.5%
6-10 éve	42	7.4%
10+ éve	18	3.2%
Összes válasz	568	

70. Miért hagytad abba? (több válasz lehetséges)

időhiány	197	27.1%
pénzhiány	13	1.8%
nem izgalmas, nem köt le	179	24.6%
nincs kivel játszani	56	7.7%
nem könnyű / bonyolult / ennyit nem ér	11	1.5%
más érdekel	238	32.7%
hardware probléma miatt	33	4.5%
Összes válasz	727	

71. Mikor kezdtél el egyszemélyes számítógépes szerepjátékokkal játszani?

kevesebb mint 1 éve	48	3.4%
1-3 éve	176	12.5%
3-6 éve	250	17.7%
6-10 éve	392	27.7%
10-15 éve	347	24.6%
15-20 éve	133	9.4%
több mint 20 éve	67	4.7%
Összes válasz	1413	

72. Hogyan kerültél kapcsolatba először ezzel a játékfajtával?

egy ismerősöm/barátom/családtagom ajánlotta	826	58.5%
reklám/hirdetés/banner/szórólap útján	50	3.5%
interneten olvastam róla (pl. cikkben, fórumban)	211	14.9%
TV-ben/rádióban/újságban olvastam róla	79	5.6%
az első számítógépemen rajta volt (pl. egy Commodore 64-esen)	197	13.9%
egyéb, éspedig:	50	3.5%
Összes válasz	1413	

73. Valójában MIÉRT játszol/játszottál egyszemélyes számítógépes szerepjáték(ok)kal (CRPG), mi tetszik/tetszett benne? Szerinted melyek az ELŐNYEI, és Neked mit nyújt(hat) vagy miben segít? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) nkj.
2) Kikapcsolódás.
3) Kikapcsolódás, semmi más. Ugyanazért amiért megnézek egy filmet.
4) Mert jó
5) ennek száma rengeteg, jelen helyzetemben nem is tudom meghatározni, talán csak kiemelhetnék szembetűnőbb dolgokat, ezért eltekintek ettől,
6) szép, izgalmas, fantáziát megmozgató
7) Relaxál, pihentet, szép a grafikája. Szeretek építeni.
8) Jol szorakozom
9) Időtöltés, a jobb játékoknak leköt a története, illetve vannak olyan játékok, amik valóban kihívást jelentenek (pl. logikai feladványok).
10) Ha nincs internetelérésem, vagy nincs kedvem másokhoz igazodni, akkor játszom egyszemélyes szerepjátékkal.
11) Nem függök más játékosoktól.
12) Régebben azért játszottam, mert izgalmasnak tűntek.

13) Fúúú, rég volt. Még commodor 64-en :D
14) Csk mert izgalmas
15) A saját, aktuálisan adott karakterek képességeivel felfedezni a történetet remek szórakozás.
16) unalomtöltés
17) Akkor játszottam ezekkel, ha nem volt időm, lehetőségem asztali RPG-zni. Ezzel kompenzáltam.
18) Csak a kikapcsolódás miatt. Ez az egyetlen előnye.
19) Kikapcsolódás miatt.
20) mert nyugodtan bénázhatok

mutassa meg az összes választ

74. Kérlek írd le konkrétan melyik egyszemélyes számítógépes szerepjáték(ok)kal (CRPG) játszol/játszottál! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 5-6 játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás!

1) Assassin's Creed, Wolfenstein
2) Elder Scrolls, Summoner, Diablo, Fable
3) The Elder Scrolls sorozat (Morrowind, Oblivion, Skyrim), Neverwinter Nights1-2
4) Diablo 2, Dungeon Siege, Dungeon Siege 2, Dungeon Siege 3, SWKOTOR, SWKOTOR2, Titan Quest, Vampire: The masqerade, Dragon Age, Ego Draconis, stb....
5) Stonekeep, Diablo, Baldurs Gate ...
6) sok...nem emlékszem
7) Sims, Róma
8) thrillion
9) Főleg flash játékokkal.
10) Baldur's Gate, Diablo II
11) Devil May Cry
12) Assassin's Creed, Hitman, F.E.A.R., Doom, Duke Nukem 3D
13) nem emlékszem a nevére, de olyasmi volt, mint a szerepjátékos könyvek, olvasni kellett és volt választási lehetőség, és többféle véget érhetett. Meg utána Gyűrűk Ura, HERO, nem tudom már...
14) Conqest, Rainbow six Vesgas, stb.
15) Wizardry sorozat, Eye of Beholder sorozat, Schwarze Auge sorozat
16) figyelem
17) Baldur's Gate, Icewind Dale, Neverwinter Nights, Might&Magic VI
18) túl sok van ahhoz, hogy felsoroljam, bár azért a Diablo sorozat és a Gothic sorozat abszolút fav.

19) Prototype 1. 2.
20) Northland

mutassa meg az összes választ

75. Jellemzően mennyi IDŐT vesz / vett igénybe egy tipikus JÁTÉKALKALOM?

kevesebb mint 1 óra	137	9.7%
1-2 óra	446	31.7%
2-5 óra	624	44.3%
5-10 óra	161	11.4%
10-20 óra	27	1.9%
egész nap (20-24 óra)	4	0.3%
több mint 1 nap	8	0.6%
Összes válasz	1407	

76. Milyen KÉPESSÉGEIDET fejlesztették a egyszemélyes számítógépes szerepjátékok? Miket TANULTÁL a játék során, miben FEJLŐDTÉL? Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

1) 5r
2) Reflexek?
3) Semmit, a dolog a kikapcsolódásról szól.
4) Mint a többi szerepjátéknál
5) ennek száma rengeteg, jelen helyzetemben nem is tudom meghatározni, talán csak kiemelhetnék szembetűnőbb dolgokat, ezért eltekintek ettől-
6) a számítógép kezelésének megismerését biztosan.
7) Emberismeret, tervezés.
8) Semmiben
9) Legfeljebb a logikai képességet fejleszti.
10) Nem tudnék ilyet mondani.
11) Megtanultam néhány angol kifejezést.
12) Reagáló képesség és készség, kreativitás
13) biztos van ilyen...
14) Semmit
15) A ritmusérzék, és a stratégiai tervezés a legtöbb játékban fontos, a gyakorlás pedig fejleszti ezeket.
16) ....
17) varietas delectat.. A változatosság gyönyörködtet. Kikapcsol. Ennyi. Esetleg ötletet ad bizonyos játékhelyzetekhez asztali RPG-ben.
18) ha van olyan, akkor a fedettpályás távolbanézési és tartós egy pontra tekintet szegezési képességeket

19) Szerintem semmilyent, ha igen nem vettem észre.
20) nem tudom

mutassa meg az összes választ

77. Az alábbiak mennyire fontosak számodra a játékokban? A rád legjellemzőbbnek tartott állítást jelöld be!

KAPCSOLATOK, társaság, barátok

nem fontos	195	9.7%
inkább nem fontos	261	13%
inkább fontos	609	30.2%
fontos	949	47.1%

CSAPATMUNKA, együttműködés

nem fontos	163	8.1%
inkább nem fontos	211	10.5%
inkább fontos	598	29.7%
fontos	1042	51.7%

SZEREPEK megélése, KARAKTEREM

nem fontos	339	16.8%
inkább nem fontos	457	22.7%
inkább fontos	622	30.9%
fontos	596	29.6%

TELJESÍTMÉNY, SIKER

nem fontos	90	4.5%
inkább nem fontos	264	13.1%
inkább fontos	822	40.8%
fontos	838	41.6%

HOLMIK, TÁRGYAK megszerzése (Loot)

nem fontos	214	10.6%
inkább nem fontos	436	21.6%
inkább fontos	732	36.3%
fontos	632	31.4%

HÍRNÉV, elismertség

nem fontos	550	27.3%
inkább nem fontos	693	34.4%
inkább fontos	492	24.4%
fontos	279	13.9%

HATALOM, irányítás

nem fontos	767	38.1%
inkább nem fontos	761	37.8%
inkább fontos	302	15%
fontos	184	9.1%

VERSENGÉS

nem fontos	541	26.9%
inkább nem fontos	597	29.6%
inkább fontos	550	27.3%
fontos	326	16.2%

mások LEGYŐZÉSE

nem fontos	644	32%
inkább nem fontos	616	30.6%
inkább fontos	453	22.5%
fontos	301	14.9%

KALAND, FELFEDEZÉS

nem fontos	121	6%
inkább nem fontos	130	6.5%
inkább fontos	681	33.8%
fontos	1082	53.7%

KISZAKADNI a hétköznapokból

nem fontos	95	4.7%
inkább nem fontos	148	7.3%
inkább fontos	533	26.5%
fontos	1238	61.5%

SZÓRAKOZÁS

nem fontos	28	1.4%
inkább nem fontos	22	1.1%
inkább fontos	302	15%
fontos	1662	82.5%

TÁRSKERESÉS

nem fontos	1234	61.3%
inkább nem fontos	526	26.1%
inkább fontos	171	8.5%
fontos	83	4.1%

78. Szoktál e szerepet vállalni a játékok lebonyolításában, mint felelős személy? (Voltál-e már játékszervező, csapatvezető, klánvezér, moderátor, admin, stb?)

nem	799	39.7%
néha	686	34.1%
gyakran	431	21.4%
mindig	98	4.9%
Összes válasz	2014	

79. Hány olyan BARÁTOD van, akiben megbízol, és akivel szívesen megosztod a legbensőbb gondolataidat, titkaidat?

0	197	9.8%
1	283	14.1%
2	484	24%
3	418	20.8%
4	264	13.1%
5-7	237	11.8%
8-10	50	2.5%
10 fölött	81	4%
Összes válasz	2014	

80. Hány olyan ONLINE BARÁTOD van az INTERNETES (virtuális, ingame) térben, akiben megbízol, akivel szívesen megosztod legbensőbb gondolataidat, titkaidat, de közben személyesen még nem találkoztál vele?

0	1161	57.6%
1	284	14.1%
2	225	11.2%
3	122	6.1%
4	63	3.1%
5-7	86	4.3%
8-10	26	1.3%
10 fölött	47	2.3%
Összes válasz	2014	

81. Hány olyan személyes BARÁTOD van, akit először az INTERNETEN ISMERTÉL meg (előtte a való életben soha sem találkoztatok), de most már személyesen is ismeritek egymást?

0	947	47%
1	273	13.6%
2	191	9.5%
3	115	5.7%
4	76	3.8%
5-7	143	7.1%
8-10	65	3.2%

10 fölött	204	10.1%
Összes válasz	2014	

82. Jött már létre PÁRKAPCSOLATOD olyan személlyel, akit az INTERNETEN ismertél meg?

igen	602	29.9%
nem	1412	70.1%
Összes válasz	2014	

83. A CSALÁDTAGJAID közül játszik valaki az általad játszott online játék(ok)kal? Ha igen, írd be melyik családtagod az (pl. apa, testvér, nagymama, gyermek)

nem	1117	55.5%
igen, éspedig:	897	44.5%
Összes válasz	2014	

84. Értékeld az alábbi állításokat aszerint, hogy mennyire tartod azokat IGAZNAK! Ezt a kérdést nem kötelező megválaszolni! (Opcionális kérdés)

Fontosak nekem az INTERNETEN szerzett kapcsolataim, barátaim.

nem igaz	335	18.3%
inkább nem igaz	506	27.6%
inkább igaz	652	35.6%
igaz	341	18.6%

Fontosak nekem a SZEMÉLYES kapcsolataim, barátaim.

nem igaz	23	1.3%
inkább nem igaz	36	2%
inkább igaz	318	17.3%
igaz	1457	79.4%

A SZEMÉLYES barátaim fontosabbak, mint a online barátok.

nem igaz	114	6.2%
inkább nem igaz	127	6.9%
inkább igaz	305	16.6%
igaz	1288	70.2%

Az ONLINE barátaim fontosabbak, mint a személyesek.

nem igaz	1181	64.4%
inkább nem igaz	546	29.8%
inkább igaz	82	4.5%
igaz	25	1.4%

Az INTERNETEN szerzett kapcsolataim erősek.

nem igaz	485	26.4%
inkább nem igaz	649	35.4%
inkább igaz	535	29.2%
igaz	165	9%

A SZEMÉLYES kapcsolataim erősek.

nem igaz	34	1.9%
inkább nem igaz	74	4%
inkább igaz	498	27.2%
igaz	1228	67%

Jó a CSALÁDOMMAL való kapcsolatom

nem igaz	44	2.4%
inkább nem igaz	91	5%
inkább igaz	443	24.2%
igaz	1256	68.5%

85. Milyen kommunikációs csatornán tartod a kapcsolatot leggyakrabban a barátaiddal/ismerőseiddel? Kérlek, tedd sorrendbe az alábbiakat! Itt alapvetően a lista első 6 helyezettje közötti sorrend a lényeges!

	Helyezés	Pontok
személyes	1	3961
telefon (mobil, vezetékes)	2	5840
Közösségi oldalak (pl. Facebook) üzenetküldési lehetőségei (üzenőfalak, megosztások, beépített üzenetküldő szolgálatatások)	3	8464
e-mail	4	9049
Instant messengerek és chatprogramok (MSN, Gtalk [gmail chat], IRC kliensek)	5	9973
Voip (SKYPE és egyéb voip kliensek)	6	10043
Online játékok belső üzenetküldő lehetőségei (chat, vagy hang/video szolgáltatások)	7	11355
postai levél	8	13819

A helyezés a válaszlehetőség rangsorban betöltött helyét mutatja. A legmagasabb helyezésű válaszlehtőséget értékelték a kitöltők a legmagasabbra. A pontok azt mutatják, hogy ezt a lehetőséget hányan választották. A legfontosabb válaszlehetőség kapta a legkevesebb pontot; a legkevésbé fontos válaszlehetőség a legtöbb pontot.

86. Melyik internetes közösségi oldalon vagy a legaktívabb?

Facebook	1420	70.5%
Google+	38	1.9%
iWIW	82	4.1%

Twitter	17	0.8%
LinkedIn	4	0.2%
Myspace	0	0%
MyVIP	3	0.1%
EGYIKEN SEM vagyok aktív!	427	21.2%
más közösségi oldal, éspedig:	23	1.1%
Összes válasz	2014	

87. Ezeken az internetes közösségi oldalakon kb. mennyi ismerősöd van?

Facebook

NEM vagyok tagja / nagyon régen voltam itt!	320	15.9%
100-nál kevesebb ismerős	410	20.4%
100-200 ismerős	460	22.8%
200-300 ismerős	316	15.7%
300-400 ismerős	197	9.8%
400-500 ismerős	132	6.6%
500-800 ismerős	129	6.4%
több mint 800 ismerős	50	2.5%

Google+

NEM vagyok tagja / nagyon régen voltam itt!	1576	78.3%
100-nál kevesebb ismerős	395	19.6%
100-200 ismerős	21	1%
200-300 ismerős	7	0.3%
300-400 ismerős	5	0.2%
400-500 ismerős	2	0.1%
500-800 ismerős	4	0.2%
több mint 800 ismerős	4	0.2%

iWIW

NEM vagyok tagja / nagyon régen voltam itt!	1097	54.5%
100-nál kevesebb ismerős	255	12.7%
100-200 ismerős	287	14.3%
200-300 ismerős	180	8.9%
300-400 ismerős	85	4.2%
400-500 ismerős	43	2.1%
500-800 ismerős	43	2.1%
több mint 800 ismerős	24	1.2%

Twitter

NEM vagyok tagja / nagyon régen voltam itt!	1799	89.3%
100-nál kevesebb ismerős	192	9.5%
100-200 ismerős	14	0.7%
200-300 ismerős	3	0.1%
300-400 ismerős	1	0%
400-500 ismerős	0	0%
500-800 ismerős	1	0%
több mint 800 ismerős	4	0.2%

LinkedIn

NEM vagyok tagja / nagyon régen voltam itt!	1934	96%
100-nál kevesebb ismerős	68	3.4%
100-200 ismerős	6	0.3%
200-300 ismerős	2	0.1%
300-400 ismerős	0	0%
400-500 ismerős	0	0%
500-800 ismerős	0	0%
több mint 800 ismerős	4	0.2%

Myspace

NEM vagyok tagja / nagyon régen voltam itt!	1950	96.8%
100-nál kevesebb ismerős	43	2.1%
100-200 ismerős	10	0.5%
200-300 ismerős	4	0.2%
300-400 ismerős	1	0%
400-500 ismerős	0	0%
500-800 ismerős	0	0%
több mint 800 ismerős	6	0.3%

MyVIP

NEM vagyok tagja / nagyon régen voltam itt!	1686	83.7%
100-nál kevesebb ismerős	163	8.1%
100-200 ismerős	77	3.8%
200-300 ismerős	43	2.1%
300-400 ismerős	18	0.9%
400-500 ismerős	13	0.6%
500-800 ismerős	7	0.3%
több mint 800 ismerős	7	0.3%

más közösségi oldal

NEM vagyok tagja / nagyon régen voltam itt!	1861	92.4%

100-nál kevesebb ismerős	106	5.3%
100-200 ismerős	18	0.9%
200-300 ismerős	4	0.2%
300-400 ismerős	7	0.3%
400-500 ismerős	6	0.3%
500-800 ismerős	1	0%
több mint 800 ismerős	11	0.5%

88. Milyen gyakoriséggal látogatod ezeket a közösségi oldalakat?

Facebook

SOHA	278	13.8%
évente 1-2 alkalom	41	2%
2-3 havonta	45	2.2%
havonta	49	2.4%
hetente	100	5%
2-3 hetente	54	2.7%
hetente többször	329	16.3%
minden nap	1118	55.5%

Google+

SOHA	1527	75.8%
évente 1-2 alkalom	75	3.7%
2-3 havonta	53	2.6%
havonta	77	3.8%
hetente	43	2.1%
2-3 hetente	79	3.9%
hetente többször	68	3.4%
minden nap	92	4.6%

iWIW

SOHA	1073	53.3%
évente 1-2 alkalom	233	11.6%
2-3 havonta	213	10.6%
havonta	193	9.6%
hetente	69	3.4%
2-3 hetente	94	4.7%
hetente többször	76	3.8%
minden nap	63	3.1%

Twitter

SOHA	1759	87.3%
évente 1-2 alkalom	45	2.2%
2-3 havonta	37	1.8%
havonta	43	2.1%
hetente	22	1.1%
2-3 hetente	22	1.1%

hetente többször	33	1.6%
minden nap	53	2.6%

LinkedIn

SOHA	1924	95.5%
évente 1-2 alkalom	24	1.2%
2-3 havonta	14	0.7%
havonta	17	0.8%
hetente	10	0.5%
2-3 hetente	9	0.4%
hetente többször	7	0.3%
minden nap	9	0.4%

Myspace

SOHA	1946	96.6%
évente 1-2 alkalom	38	1.9%
2-3 havonta	14	0.7%
havonta	2	0.1%
hetente	3	0.1%
2-3 hetente	0	0%
hetente többször	2	0.1%
minden nap	9	0.4%

MyVIP

SOHA	1714	85.1%
évente 1-2 alkalom	180	8.9%
2-3 havonta	56	2.8%
havonta	37	1.8%
hetente	5	0.2%
2-3 hetente	11	0.5%
hetente többször	3	0.1%
minden nap	8	0.4%

más közösségi oldal

SOHA	1853	92%
évente 1-2 alkalom	26	1.3%
2-3 havonta	17	0.8%
havonta	14	0.7%
hetente	19	0.9%
2-3 hetente	11	0.5%
hetente többször	28	1.4%
minden nap	46	2.3%

89. Van kedved a későbbiekben is részt venni egy újabb, ilyen témájú kutatásban?

igen, szívesen állok rendelkezésre	1540	76.5%
nem	52	2.6%
nem tudom	422	21%
Összes válasz	2014	

90. Ha érdekel ennek a kutatásnak az eredménye, szeretnéd, hogy elküldjem neked?

igen	1650	81.9%
nem	364	18.1%
Összes válasz	2014	

91. Mennyire tetszett a kérdőív? Kérlek, értékeld 1-5-ös skálán.

Egyáltalán nem		Teljes mértékben
	4.08 / 5	

4. számú melléklet

2013. évi JátékosLét Kérdőív kérdései és adatai

JÁTÉKOSLÉT KÉRDŐÍV 2013 (Multiplayer, MMORPG, RPG!)

A válaszadók létszáma:	2 215
Férfi:	1 666
Nő:	549
Életkori átlag:	26.5 év

1. Mennyire SZERETED ezeket a játékfajtákat? (A játékfajták pontos leírása fentebb olvasható!)

1.) Online többjátékos (multiplayer) játékok

nem ismerem	71	3.2%
nem szeretem	119	5.4%
inkább nem szeretem	213	9.6%
inkább szeretem	557	25.1%
szeretem	1255	56.7%

2.) Sokszereplős online szerepjátékok (MMORPG).

nem ismerem	207	9.3%
nem szeretem	219	9.9%
inkább nem szeretem	248	11.2%
inkább szeretem	416	18.8%
szeretem	1125	50.8%

3.) Asztali szerepjátékok (RPG)

nem ismerem	417	18.8%
nem szeretem	233	10.5%
inkább nem szeretem	261	11.8%
inkább szeretem	429	19.4%
szeretem	875	39.5%

2. Milyen GYAKORISÁGGAL játszol ezekkel a játékfajtákkal?

1.) Multiplayer játékokkal

soha	233	10.5%
évi 1-2 alkalom	200	9%
2-3 havonta	135	6.1%
havonta	122	5.5%
2-3 hetente	124	5.6%

hetente	173	7.8%
hetente többször	468	21.1%
minden nap	760	34.3%

2.) MMORPG játékokkal

soha	488	22%
évi 1-2 alkalom	222	10%
2-3 havonta	109	4.9%
havonta	111	5%
2-3 hetente	97	4.4%
hetente	174	7.9%
hetente többször	452	20.4%
minden nap	562	25.4%

3.) Asztali szerepjátékokkal

soha	791	35.7%
évi 1-2 alkalom	346	15.6%
2-3 havonta	178	8%
havonta	209	9.4%
2-3 hetente	198	8.9%
hetente	193	8.7%
hetente többször	183	8.3%
minden nap	117	5.3%

3. Jellemzően HÁNY ÓRÁT játszol egy NAP (online játékkal), ill. egy JÁTÉKALKALMON (asztali szerepjátékkal)?

1.) Multiplayer játékokkal (NAP/óra)

nem játszom ezzel	340	15.3%
kevesebb mint 1 órát	267	12.1%
1 órát	322	14.5%
2 órát	461	20.8%
3 órát	336	15.2%
4 órát	208	9.4%
5 órát	121	5.5%
6-8 órát	97	4.4%
8-10 órát	28	1.3%
10-12 órát	16	0.7%
több mint 12 órát	19	0.9%

2.) MMORPG játékokkal (NAP/óra)

nem játszom ezzel	617	27.9%
kevesebb mint 1 órát	222	10%
1 órát	176	7.9%
2 órát	265	12%
3 órát	263	11.9%

4 órát	252	11.4%
5 órát	176	7.9%
6-8 órát	151	6.8%
8-10 órát	48	2.2%
10-12 órát	22	1%
több mint 12 órát	23	1%

3.) Asztali szerepjátékokkal (ALKALOM/óra)

nem játszom ezzel	902	40.7%
kevesebb mint 1 órát	237	10.7%
1 órát	130	5.9%
2 órát	185	8.4%
3 órát	162	7.3%
4 órát	143	6.5%
5 órát	125	5.6%
6-8 órát	189	8.5%
8-10 órát	82	3.7%
10-12 órát	39	1.8%
több mint 12 órát	21	0.9%

4. MIÓTA játszol ezekkel a játékfajtákkal?

1.) Multiplayer játékokkal

nem játszom vele	285	12.9%
kevesebb mint 1 éve	75	3.4%
1-3 éve	448	20.2%
3-6 éve	548	24.7%
6-10 éve	528	23.8%
10-15 éve	261	11.8%
15-20 éve	59	2.7%
több mint 20 éve	11	0.5%

2.) MMORPG játékokkal

nem játszom vele	545	24.6%
kevesebb mint 1 éve	102	4.6%
1-3 éve	318	14.4%
3-6 éve	547	24.7%
6-10 éve	568	25.6%
10-15 éve	110	5%
15-20 éve	20	0.9%
több mint 20 éve	5	0.2%

3.) Asztali szerepjátékokkal

nem játszom vele	830	37.5%
kevesebb mint 1 éve	115	5.2%

1-3 éve	185	8.4%
3-6 éve	237	10.7%
6-10 éve	341	15.4%
10-15 éve	298	13.5%
15-20 éve	144	6.5%
több mint 20 éve	65	2.9%

5. Hogyan kerültél ELŐSZÖR kapcsolatba ezzel a játékfajtával?

1.) MMORPG játékokkal

nem játszom vele	360	16.3%
ismerősöm, barátom, családtagom ajánlotta	1139	51.4%
reklám, hirdetés, szórólap útján	99	4.5%
interneten olvastam róla	432	19.5%
TV/rádió/újság által	74	3.3%
könyvben olvastam róla	10	0.5%
egyéb módon / nem emlékszem!	101	4.6%

2.) Multiplayer játékokkal

nem játszom vele	356	16.1%
ismerősöm, barátom, családtagom ajánlotta	1064	48%
reklám, hirdetés, szórólap útján	103	4.7%
interneten olvastam róla	432	19.5%
TV/rádió/újság által	72	3.3%
könyvben olvastam róla	4	0.2%
egyéb módon / nem emlékszem!	184	8.3%

3.) Asztali szerepjátékokkal

nem játszom vele	748	33.8%
ismerősöm, barátom, családtagom ajánlotta	973	43.9%
reklám, hirdetés, szórólap útján	45	2%
interneten olvastam róla	213	9.6%
TV/rádió/újság által	47	2.1%
könyvben olvastam róla	46	2.1%
egyéb módon / nem emlékszem!	143	6.5%

6. MIÉRT játszol ezekkel a játékokkal, mi fontos számodra? (több válasz lehetséges egy sorban) (Opcionális kérdés)

1.) KIKAPCSOLÓDÁS, unaloműzés

Multiplayer	1558	41.6%
MMORPG	1301	34.8%
asztali szerepjáték	883	23.6%

2.) KÖZÖSSÉGHEZ, csapathoz tartozás

Multiplayer	673	33.8%
MMORPG	881	44.2%
asztali szerepjáték	437	21.9%

3.) A JÁTÉK világa, hangulata

Multiplayer	979	31.2%
MMORPG	1263	40.3%
asztali szerepjáték	893	28.5%

4.) FELFEDEZÉS, kihívás, kaland, feladatok

Multiplayer	729	27.2%
MMORPG	1161	43.2%
asztali szerepjáték	795	29.6%

5.) STRATÉGIA, logika, taktika

Multiplayer	1123	43.6%
MMORPG	757	29.4%
asztali szerepjáték	698	27.1%

6.) KARAKTER fejlesztése, mások bőrébe bújás

Multiplayer	480	20%
MMORPG	1122	46.7%
asztali szerepjáték	801	33.3%

7.) FANTÁZIA, egy másik világ megélése

Multiplayer	498	20.6%
MMORPG	1042	43.1%
asztali szerepjáték	879	36.3%

8.) SIKER(élmény), eredmények, teljesítés, fejlődés

Multiplayer	1168	40.6%
MMORPG	1096	38.1%
asztali szerepjáték	613	21.3%

9.) GYÜJTÖGETÉS: tárgyak, lootok

Multiplayer	554	27.6%
MMORPG	1070	53.3%
asztali szerepjáték	383	19.1%

10.) BARÁTOKKAL, ismerősökkel kapcsolattartás

Multiplayer	878	38.6%
MMORPG	891	39.1%
asztali szerepjáték	508	22.3%

11.) VETÉLKEDÉS: harc, küzdelem mások ELLEN

Multiplayer	995	50.3%
MMORPG	775	39.1%
asztali szerepjáték	210	10.6%

12.) FESZÜLTSÉG levezetése, gőz kiengedése

Multiplayer	950	48.3%
MMORPG	629	32%
asztali szerepjáték	389	19.8%

13.) HÉTKÖZNAPOKTÓL, világ gondjaitól elszakadás

Multiplayer	973	37%
MMORPG	972	37%
asztali szerepjáték	683	26%

14.) VIZUALITÁS, szép grafika

Multiplayer	825	39.8%
MMORPG	818	39.4%
asztali szerepjáték	432	20.8%

15.) IZGALMAS, pörgős, 'adrenalin'

Multiplayer	956	54.5%
MMORPG	483	27.5%
asztali szerepjáték	316	18%

16.) TÁRSASÁGGAL (multiplayer) jobb mint egyedül

Multiplayer	1039	44%
MMORPG	927	39.3%
asztali szerepjáték	393	16.7%

17.) "ÉLŐ" játékossal jobb mint géppel

Multiplayer	933	40.1%
MMORPG	875	37.6%
asztali szerepjáték	521	22.4%

18.) ÚJ BARÁTOK, ismerkedés

Multiplayer	530	35.7%
MMORPG	760	51.2%
asztali szerepjáték	195	13.1%

19.) JÓ HANGULAT, "buli", viccelődés

Multiplayer	761	34.9%
MMORPG	856	39.3%
asztali szerepjáték	562	25.8%

20.) IDEGEN NYELV tanulása

Multiplayer	694	33.7%
MMORPG	966	46.9%
asztali szerepjáték	398	19.3%

21.) KOMMUNIKÁCIÓS készség javítása

Multiplayer	521	31.8%
MMORPG	707	43.2%
asztali szerepjáték	410	25%

22.) egyéb

Multiplayer	265	33.2%
MMORPG	301	37.7%
asztali szerepjáték	232	29.1%

7. Csak MULTIPLAYER játékosoknak! - Kérlek írd le konkrétan melyik online többjátékos (multiplayer) játék(ok)kal játszol! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 3 játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás! (Opcionális kérdés)

1) Borderlands 2, Unreal Tournament széria, Hunted: The Demon's Forge
2) Diablo III, Borderlands 1-2, Minecraft
3) Farmerama, My little farm
4) Farmerama
5) Farmerama, Rising Cities
6) Guns of Icarus Online, Leauge Of Legends,
7) .
8) Drakensang Online, Battlestar Galactica Online, Farmerana, SkyRama, ZooMumba
9) ZooMumba, DragonCity
10) FARMERAMA
11) Farmerama
12) Vietcong
13) Counter Stike, Dungeon defenders, orcs must die 2
14) War Thunder, Warframe, DOTA2
15) Anno Farmerama
16) Left 4 Dead, Trine
17) jelenleg League of Legends, és Magicka
18) League of Legends, Gotham City Impostors, Torchlight 2, Dota 2
19) Diablo 3 Multiplayer, Mass Effect 3 Multiplayer
20) 1. CS 1.6, 2. HKK Online, 3. -

mutassa meg az összes választ

8. Csak MMORPG játékosoknak! - Kérlek írd le konkrétan melyik MMORPG játék(ok)kal játszol! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 3 játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás!(Opcionális kérdés)

1) World of Tanks (MMOFPS),Tera, Lineage2
2) Runes of Magic
3) Star Trek Online, Neverwinter, Guild Wars 2
4) Star Wars The Old Republic
5) The Secret World (most), Star Wars The Old Republic (régebben), Age of Conan (régebben)
6) 9dragons
7) Tera Online, Leauge of Legends, Raiderz
8) Wow, Rift, eve online
9) EVE Online
10) Aion, Wow
11) Guild Wars 2, World of Warcraft, Lord of the Rings Online, Star Wars: The Old Republic, The Secret World
12) World of Warcraft
13) 1. RuneScape, 2. WoW, 3. Aion, 4. Tera
14) 9 Dragons, Warcraft
15) Guild Wars 2
16) World of Warcraft
17) -
18) World of Tanks
19) World of Warcraft, Secret World, SWTOR, AION
20) World of Warcraft (The Burning Crusade kiegészítő), Rift

mutassa meg az összes választ

9. Csak ASZTALI SZEREPJÁTÉKOSOKNAK! - Kérlek írd le konkrétan melyik asztali szerepjáték(ok)kal játszol! Ha több ilyen van, kérlek FONTOSSÁGI SORRENDBEN sorold fel ezeket a játékokat (vesszővel elválasztva)! Itt az első 3 játék sorrendisége a fontos, ha ennél is több van, ott már elég a felsorolás! (Opcionális kérdés)

1) Saját rendszer, MAGUS, World of Darkness játékok, Dark Heresy,
2) Vampire the Masqureade (oWod), Dungeons and Dragons 3.x, Call of Cthulhu, Shadowrun, Cyberpunk

3) Dungeons and Dragons
4) Mass Effect 1,2,3 , Star Wars: Knights of the Old Republic 1-2, The Elder Scrolls III, IV, V, The Witcher 1-2, Heroes of might and magic sorozat (1-6)
5) Shadowrun 3. Edition, MAGUS
6) .
7) Nem igazán asztali, hanem online működött, de a klasszikus asztali alapjaira épült a játék. Thrillion Kincsei volt, sajnos megszűnt, azóta nem találtam másikat.
8) FarmMania, SimCity
9) aberrant, vampire, mage, wraith, werewolf, changeling, magus, star wars, call of cthulhu
10) Warhammer 40.000: Only War, Legend of the Five Rings, Song of Ice and Fire, M.A.G.U.S., Vampire, Call of Cthulhu, MERP, Codex, Star Wars, Shadowrun, Cyberpunk2020, Ars Magica, Requiem, 7th Sea, D&D, AD&D, Káosz, Zombie Squad,
11) Kotor 1-2, Dragon age Origins, Fallout 3
12) MAGUS, World of Darkness, Eclipse Phase, Warhammer 40k, Call of Cthulhu, Traveller, KULT
13) Magus
14) Magus, World of Darkness világok, Shadow Run, Hét Tenger.
15) Dungeons & Dragons 3.5, Shadowrun, World of Warcraft rpg
16) Vampire: the Masquerade, M.A.G.U.S. 17) M.A.G.U.S., Vampire
18) -
19) AD&D alapokon saját világ, Werewolf, AD&D
20) Magus, Dungeons and Dragons, Vampire, Werewolf, Hét tenger

mutassa meg az összes választ

10. Milyen ELŐNYÖKKEL jár számodra a játék? (több válasz lehetséges egy sorban) (Opcionális kérdés)

1.) KAPCSOLATOK erősödése

Multiplayer	616	33.9%
MMORPG	697	38.4%
asztali szerepjáték	503	27.7%

2.) CSAPATMUNKA, együttműködés, kooperáció

Multiplayer	778	39.3%
MMORPG	786	39.7%
asztali szerepjáték	416	21%

3.) ÚJ BARÁTOK, kapcsolatok szerzése

Multiplayer	538	35.1%

MMORPG	761	49.7%
asztali szerepjáték	233	15.2%

4.) KOMMUNIKÁCIÓ: pl. önkifejezés, szókincs, beszéd

Multiplayer	394	27.7%
MMORPG	549	38.6%
asztali szerepjáték	480	33.7%

5.) ELŐADÓI, színészi képesség, retorika, improvizáció

Multiplayer	221	20.7%
MMORPG	314	29.4%
asztali szerepjáték	533	49.9%

6.) FANTÁZIA, képzelő erő

Multiplayer	306	19.1%
MMORPG	561	35.1%
asztali szerepjáték	731	45.7%

7.) EMPÁTIA, tolerancia, alkalmazkodás

Multiplayer	493	31.3%
MMORPG	642	40.8%
asztali szerepjáték	438	27.8%

8.) KITARTÁS, akaraterő, türelem

Multiplayer	676	36.4%
MMORPG	754	40.6%
asztali szerepjáték	425	22.9%

9.) LOGIKA, taktika, STRATÉGIAI érzék

Multiplayer	801	39.8%
MMORPG	630	31.3%
asztali szerepjáték	581	28.9%

10.) PROBLÉMA-megoldó képesség

Multiplayer	621	32.3%
MMORPG	625	32.5%
asztali szerepjáték	679	35.3%

11.) KREATIVITÁS, ötletesség

Multiplayer	484	28.4%
MMORPG	540	31.7%
asztali szerepjáték	678	39.8%

12.) SZERVEZŐ készség, csapat-koordináció

Multiplayer	614	35.1%

MMORPG	712	40.8%
asztali szerepjáték	421	24.1%

13.) ÖNBIZALOM, magabiztosság, bátorság

Multiplayer	477	34.9%
MMORPG	484	35.4%
asztali szerepjáték	405	29.6%

14.) POZITÍV ÖNÉRTÉKELÉS

Multiplayer	405	32.7%
MMORPG	451	36.4%
asztali szerepjáték	383	30.9%

15.) ÖNISMERET

Multiplayer	282	25.1%
MMORPG	395	35.2%
asztali szerepjáték	446	39.7%

16.) ÖNURALOM, fegyelem, higgadtság

Multiplayer	609	38.7%
MMORPG	567	36%
asztali szerepjáték	398	25.3%

17.) PRECIZITÁS, pontosság

Multiplayer	669	44.3%
MMORPG	514	34.1%
asztali szerepjáték	326	21.6%

18.) REFLEX, reakció(idő) javulása

Multiplayer	855	53.2%
MMORPG	559	34.8%
asztali szerepjáték	193	12%

19.) Szem-kéz KOORDINÁCIÓ, TÉRLÁTÁS

Multiplayer	782	49.7%
MMORPG	590	37.5%
asztali szerepjáték	202	12.8%

20.) KONCENTRÁCIÓ, figyelem, összpontosítás

Multiplayer	765	42.9%
MMORPG	630	35.3%
asztali szerepjáték	388	21.8%

21.) Gyors, határozott DÖNTÉSEK nehéz helyzetekben

Multiplayer	762	41.2%

MMORPG	650	35.1%
asztali szerepjáték	438	23.7%

22.) HELYZET-felismerés, bonyolult helyzetek átlátása

Multiplayer	688	37.4%
MMORPG	623	33.8%
asztali szerepjáték	531	28.8%

23.) MEGFIGYELŐ, ELEMZŐ képesség

Multiplayer	666	37.6%
MMORPG	595	33.6%
asztali szerepjáték	512	28.9%

24.) VEZETŐI készség, irányítás, felelősség

Multiplayer	527	34.5%
MMORPG	634	41.5%
asztali szerepjáték	368	24.1%

25.) ISMERETSZERZÉS, tanulás

Multiplayer	398	28.3%
MMORPG	549	39%
asztali szerepjáték	460	32.7%

26.) IDEGEN NYELV tanulása

Multiplayer	579	34.6%
MMORPG	772	46.1%
asztali szerepjáték	322	19.2%

27.) egyéb

Multiplayer	207	34.2%
MMORPG	230	38%
asztali szerepjáték	169	27.9%

11. VEZETŐ szerepet vállalsz-e az alábbi játékokban?

Multiplayer játékok

NEM	1441	65.1%
IGEN	774	34.9%

MMORPG játékok

NEM	1409	63.6%
IGEN	806	36.4%

Asztali szerepjátékok

NEM	1503	67.9%
IGEN	712	32.1%

12. Szoktál e szerepet vállalni a játékok lebonyolításában, mint felelős személy? (Voltál-e már játékszervező, csapatvezető, klánvezér, moderátor, admin, stb?)

nem	650	29.3%
néha	838	37.8%
gyakran	579	26.1%
mindig	148	6.7%
Összes válasz	2215	

13. Csak MMORPG játékosoknak! Értékeld az alábbi állításokat aszerint, hogy mennyire tartod/tartottad azokat IGAZNAK! (Opcionális kérdés)

1.) HC (hardcore) közösségeket szeretem

NEM igaz	1023	71%
IGAZ	417	29%

2.) PvP-t szeretem

NEM igaz	660	47.1%
IGAZ	740	52.9%

3.) PvE-t szeretem

NEM igaz	220	15.7%
IGAZ	1180	84.3%

4.) RP-t szeretem

NEM igaz	642	49%
IGAZ	667	51%

5.) gyógyító/healer vagyok

NEM igaz	684	50.2%
IGAZ	679	49.8%

6.) tank/sebzésfelfogó vagyok

NEM igaz	739	55.3%
IGAZ	598	44.7%

7.) DPS/sebzésosztó vagyok

NEM igaz	386	28.3%
IGAZ	980	71.7%

8.) supporter/támogató vagyok

NEM igaz	608	44.8%
IGAZ	750	55.2%

9.) NEMZETKÖZI közösség(ek) tagja vagyok

NEM igaz	864	63.3%
IGAZ	500	36.7%

14. Az alábbiak mennyire fontosak számodra általában a játékokban?

KAPCSOLATOK, társaság, barátok

nem fontos	193	8.7%
inkább nem fontos	325	14.7%
inkább fontos	814	36.7%
fontos	883	39.9%

CSAPATMUNKA, együttműködés

nem fontos	147	6.6%
inkább nem fontos	191	8.6%
inkább fontos	695	31.4%
fontos	1182	53.4%

SZEREPEK megélése, KARAKTEREM

nem fontos	387	17.5%
inkább nem fontos	519	23.4%
inkább fontos	630	28.4%
fontos	679	30.7%

TELJESÍTMÉNY, SIKER

nem fontos	110	5%
inkább nem fontos	299	13.5%
inkább fontos	866	39.1%
fontos	940	42.4%

HOLMIK, TÁRGYAK megszerzése (Loot)

nem fontos	261	11.8%
inkább nem fontos	544	24.6%
inkább fontos	781	35.3%
fontos	629	28.4%

HÍRNÉV, elismertség

nem fontos	713	32.2%
inkább nem fontos	705	31.8%
inkább fontos	484	21.9%
fontos	313	14.1%

HATALOM, irányítás

nem fontos	885	40%
inkább nem fontos	774	34.9%
inkább fontos	351	15.8%
fontos	205	9.3%

VERSENGÉS

nem fontos	565	25.5%
inkább nem fontos	623	28.1%
inkább fontos	630	28.4%
fontos	397	17.9%

mások LEGYŐZÉSE

nem fontos	661	29.8%
inkább nem fontos	659	29.8%
inkább fontos	514	23.2%
fontos	381	17.2%

KALAND, FELFEDEZÉS

nem fontos	174	7.9%
inkább nem fontos	222	10%
inkább fontos	728	32.9%
fontos	1091	49.3%

KISZAKADNI a hétköznapokból

nem fontos	116	5.2%
inkább nem fontos	209	9.4%
inkább fontos	608	27.4%
fontos	1282	57.9%

SZÓRAKOZÁS

nem fontos	15	0.7%
inkább nem fontos	23	1%
inkább fontos	347	15.7%
fontos	1830	82.6%

TÁRSKERESÉS

nem fontos	1435	64.8%
inkább nem fontos	533	24.1%
inkább fontos	165	7.4%
fontos	82	3.7%

15. Milyen SZABADIDŐS tevékenységeket végzel? (több válasz lehetséges)

Beszélgetés, társalgás (személyes, telefonon,	1821	7.8%

interneten)		
Vendégeskedés, vendégek fogadása	662	2.8%
Kocsmázás, italozás, baráti társaságban	973	4.2%
Társas szórakozás (tánc, buli, koncert, bál, néptánc, kártya, társasjáték, sakk stb.)	1089	4.7%
Családi, párkapcsolati tevékenység (családi összejövetel, intim együttlét, ismerkedés, randi)	1378	5.9%
Vallásgyakorlás (ima, elmélkedés, vallási szertartáson, eseményen részvétel)	184	0.8%
Szervezeti, egyesületi tevékenység	230	1%
Sportrendezvények látogatása	426	1.8%
Mozi látogatása	1099	4.7%
Egyéb kulturális intézmények látogatása (színház, komolyzenei koncert, opera, kiállítás, múzeum, cirkusz, állatkert, stb.)	744	3.2%
Újság, folyóirat, stb. olvasása - papír alapon	854	3.7%
Újság, folyóirat, stb. olvasása - elektronikus úton (teletext, internet, WAP stb.)	1141	4.9%
Könyvolvasás - papír alapon	1421	6.1%
Könyvolvasás - elektronikus úton (teletext, internet, WAP stb.)	700	3%
Rádió-, magnó-, lemez-, CD-hallgatás	1253	5.4%
Tévénézés, videózás, internetezés	1863	8%
Szobanövények ápolása, öntözése, átültetése, szaporítása stb.	442	1.9%
Kutya, macska, egyéb házi kedvencek gondozása, sétáltatása, stb.	1018	4.4%
Öntevékeny amatőr művészeti tevékenységek, művészeti jellegű hobbik	414	1.8%
Fotózás, filmezés	425	1.8%
Zenélés	407	1.7%
Séta, kirakat-, városnézés	675	2.9%
Kirándulás, strandolás, természetjárás, horgászat	998	4.3%
Testedzés, testépítés, konditerem	597	2.6%
Fitnesz, aerobik, torna, jóga, pilates	149	0.6%
Távgyaloglás, kocogás, futás	276	1.2%
Természetjárás, gyalogos turizmus, tájfutás	395	1.7%
Kerékpározás (nem közlekedési céllal)	515	2.2%
Úszás	310	1.3%
Labdarúgás	262	1.1%
Egyéb sportok	415	1.8%
Egyéb szabadon végzett tevékenységek,	189	0.8%

éspedig:		
Összes válasz	23325	

16. Hány olyan BARÁTOD van, akiben megbízol, és akivel szívesen megosztod a legbensőbb gondolataidat?

0	136	6.1%
1	319	14.4%
2	499	22.5%
3	471	21.3%
4	315	14.2%
5-7	337	15.2%
8-10	88	4%
11-15	18	0.8%
15 fölött	32	1.4%
Összes válasz	2215	

17. Hány olyan "ONLINE BARÁTOD" van, akiben megbízol, akivel szívesen megosztod legbensőbb gondolataidat, de közben személyesen még nem találkoztál vele?

0	1308	59.1%
1	341	15.4%
2	229	10.3%
3	143	6.5%
4	62	2.8%
5-7	79	3.6%
8-10	24	1.1%
11-15	7	0.3%
15 fölött	22	1%
Összes válasz	2215	

18. Hány olyan személyes BARÁTOD van, akit először az INTERNETEN ISMERTÉL meg (előtte a való életben soha sem találkoztatok), de most már személyesen is ismeritek egymást?

0	1013	45.7%
1	319	14.4%
2	228	10.3%
3	133	6%
4	95	4.3%
5-7	174	7.9%
8-10	81	3.7%

11-15	33	1.5%
15 fölött	139	6.3%
Összes válasz	2215	

19. Jött már létre PÁRKAPCSOLATOD olyan személlyel, akit az INTERNETEN ismertél meg?

igen	657	29.7%
nem	1558	70.3%
Összes válasz	2215	

20. A CSALÁDTAGJAID közül játszik valaki az általad játszott online játék(ok)kal? Ha igen, írd be melyik családtagod az (pl. apa, testvér, nagymama, gyermek)

nem	1291	58.3%
igen, éspedig:	924	41.7%
Összes válasz	2215	

21. Milyen kommunikációs csatornán tartod a kapcsolatot leggyakrabban a barátaiddal/ismerőseiddel? Kérlek, tedd sorrendbe az alábbiakat! Itt alapvetően a lista első 6 helyezettje közötti sorrend a lényeges!

	Helyezés	Pontok
személyes	1	4716
telefon (mobil, vezetékes)	2	6700
Közösségi oldalak (pl. Facebook) üzenetküldési lehetőségei (üzenőfalak, megosztások, beépített üzenetküldő szolgálatatások)	3	7932
Voip (SKYPE és egyéb voip kliensek)	4	9990
e-mail	5	10322
Online játékok belső üzenetküldő lehetőségei (chat, vagy hang/video szolgáltatások)	6	12078
Instant messengerek és chatprogramok (MSN, Gtalk [gmail chat], IRC kliensek)	7	12149
postai levél	8	15853

A helyezés a válaszlehetőség rangsorban betöltött helyét mutatja. A legmagasabb helyezésű válaszlehtőséget értékelték a kitöltők a legmagasabbra. A pontok azt mutatják, hogy ezt a lehetőséget hányan választották. A legfontosabb válaszlehetőség kapta a legkevesebb pontot; a legkevésbé fontos válaszlehetőség a legtöbb pontot.

22. Melyik internetes közösségi oldalon vagy a legaktívabb?

Facebook	1696	76.6%
Google+	41	1.9%

iWIW	25	1.1%
Twitter	22	1%
EGYIKEN SEM vagyok aktív!	393	17.7%
más közösségi oldal, éspedig:	38	1.7%
Összes válasz	2215	

23. Milyen gyakorisággal látogatod ezeket a közösségi oldalakat?

Facebook

SOHA	191	8.6%
évi 1-2 alkalom	31	1.4%
2-3 havonta	35	1.6%
havonta	45	2%
hetente	111	5%
2-3 hetente	61	2.8%
hetente többször	326	14.7%
minden nap	1415	63.9%

Google+

SOHA	1304	58.9%
évi 1-2 alkalom	149	6.7%
2-3 havonta	90	4.1%
havonta	165	7.4%
hetente	113	5.1%
2-3 hetente	111	5%
hetente többször	153	6.9%
minden nap	130	5.9%

iWIW

SOHA	1565	70.7%
évi 1-2 alkalom	335	15.1%
2-3 havonta	142	6.4%
havonta	98	4.4%
hetente	33	1.5%
2-3 hetente	21	0.9%
hetente többször	11	0.5%
minden nap	10	0.5%

Twitter

SOHA	1740	78.6%
évi 1-2 alkalom	93	4.2%
2-3 havonta	76	3.4%
havonta	86	3.9%
hetente	53	2.4%
2-3 hetente	36	1.6%

hetente többször	76	3.4%
minden nap	55	2.5%

más közösségi oldal

SOHA	1835	82.8%
évi 1-2 alkalom	78	3.5%
2-3 havonta	41	1.9%
havonta	41	1.9%
hetente	32	1.4%
2-3 hetente	29	1.3%
hetente többször	67	3%
minden nap	92	4.2%

24. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?

kevesebb mint 8 általános	66	3%
8 általános	359	16.2%
szakmunkásképző	165	7.4%
szakközépiskolai érettségi, középfokú technikum	447	20.2%
gimnáziumi érettségi	438	19.8%
felsőfokú képesítés	238	10.7%
főiskolai végzettség	255	11.5%
egyetemi végzettség	247	11.2%
Összes válasz	2215	

25. Jelenleg tanuló/diák vagy? (több válasz lehetséges)

jelenleg nem tanulok	1155	51.7%
általános iskolában tanulok	93	4.2%
szakmunkásképző iskolában tanulok	61	2.7%
középiskolában tanulok	383	17.1%
felsőfokú képesítést adó képzésben veszek részt	116	5.2%
felsőfokú intézményben tanulok	427	19.1%
Összes válasz	2235	

26. Jelenleg milyen jellegű munkát végzel? (több válasz lehetséges)

segédmunkás, betanított munkás	126	5%
mezőgazdasági fizikai munkás	26	1%
szakmunkás	204	8.2%
kisiparos, kiskereskedő, önálló egyéni vállalkozó	79	3.2%
egyéni gazda, önálló gazdálkodó mezőgazdaságban	12	0.5%

irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi	410	16.4%
beosztott értelmiségi	263	10.5%
alsó- és középvezető	153	6.1%
felsővezető (legalább 20 beosztottal)	29	1.2%
nyugdíjas	37	1.5%
tanuló	863	34.5%
háztartásbeli	86	3.4%
munkanélküli	215	8.6%
Összes válasz	2503	

27. Kikkel élsz együtt?

egyedül élek	224	10.1%
szüleimmel / nagyszüleimmel / testvéremmel élek	1151	52%
párkapcsolatban élek (élettársi, házastársi viszony), gyermek nélkül	365	16.5%
párkapcsolatban élek (élettársi, házastársi viszony), gyermekkel	324	14.6%
csak gyermekemmel élek	30	1.4%
egyéb, éspedig:	121	5.5%
Összes válasz	2215	

28. Mi a családi állapotod?

nőtlen/hajadon (egyedül)	1076	48.6%
nőtlen/hajadon (párkapcsolatban)	691	31.2%
házas	349	15.8%
elvált	78	3.5%
özvegy	21	0.9%
Összes válasz	2215	

29. Van kedved a későbbiekben is részt venni egy újabb, ilyen témájú kutatásban?

igen, szívesen állok rendelkezésre	1615	72.9%
nem	78	3.5%
nem tudom	522	23.6%
Összes válasz	2215	

30. Ha érdekel ennek a kutatásnak az eredménye, szeretnéd, hogy elküldjem neked?

igen	1676	75.7%
nem	539	24.3%

Összes válasz	2215	

31. Mennyire tetszett a kérdőív? Kérlek, értékeld 1-5-ös skálán.

Egyáltalán nem		Teljes mértékben
	4.24 / 5	

5. számú melléklet

2014. évi JátékosLét Kérdőív kérdései és adatai

JÁTÉKOSLÉT KÉRDŐÍV 2014

A válaszadók létszáma::	7 893
Férfi:	6 372
Nő:	1 521
Életkori átlag:	27.2 év

1. Játszol valamilyen DIGITÁLIS (online, számítógépes, mobilos) játékkal?

igen	7732	98%
nem	161	2%
Összes válasz	7893	

2. Milyen GYAKORISÁGGAL játszol digitális játékokkal?

évi 1-2 alkalom	18	0.2%
2-3 havonta	34	0.4%
havonta	50	0.6%
2-3 hetente	102	1.3%
hetente	357	4.6%
hetente többször	2194	28.4%
minden nap	4977	64.4%
Összes válasz	7732	

3. Jellemzően HÁNY ÓRÁT játszol egy NAP (digitális játékkal)?

kevesebb mint 1 órát	311	4%
1 órát	841	10.9%
2 órát	1875	24.2%
3 órát	1772	22.9%
4 órát	1170	15.1%
5 órát	743	9.6%
6-8 órát	720	9.3%
9-12 órát	196	2.5%
több mint 12 órát	104	1.3%
Összes válasz	7732	

4. MIÓTA játszol digitális játékokkal?

kevesebb mint 1 éve	54	0.7%
1-3 éve	841	10.9%
4-6 éve	1959	25.3%
7-10 éve	2029	26.2%
11-15 éve	1531	19.8%
16-20 éve	747	9.7%
több mint 20 éve	571	7.4%
Összes válasz	7732	

5. Mennyit költesz egy évben digitális játékokra?

5.000 forint alatt	2352	30.4%
5.000-10.000 között	1515	19.6%
10.000-20.000 között	1532	19.8%
20.000-30.000 között	1036	13.4%
30.000-40.000 között	511	6.6%
40.000 forint felett	786	10.2%
Összes válasz	7732	

6. Értékeld az alábbi állításokat aszerint, hogy mennyire tartod/tartottad azokat IGAZNAK! (Opcionális kérdés)

1.) HC (hardcore) közösségeket szeretem

NEM igaz	3398	44.9%
IGAZ	2237	29.6%
nem tudom	1929	25.5%

2.) PvP-t szeretem

NEM igaz	2157	28.6%
IGAZ	4104	54.5%
nem tudom	1269	16.9%

3.) PvE-t szeretem

NEM igaz	1163	15.5%
IGAZ	4793	63.8%
nem tudom	1557	20.7%

4.) NEMZETKÖZI közösség(ek) tagja vagyok

NEM igaz	4213	55.8%
IGAZ	2539	33.6%
nem tudom	798	10.6%

5.) VEZETŐ szerepben vagyok a játékban

NEM igaz	4829	64.3%
IGAZ	1584	21.1%
nem tudom	1100	14.6%

7. Melyik DIGITÁLIS (online, számítógépes, mobilos) játékkal játszol LEGGYAKRABBAN?

Ide CSAK 1 játékot írj (a pontos, teljes nevét a játéknak), ne írj többet (következő kérdéseknél ugyanis még 2 játékot megnevezhetsz)!
A játékkal kapcsolatos megjegyzéseket, gondolataidat pedig a kérdőív utolsó kérdéseinél található megjegyzés rovatba írhatod.

1) Doom 3
2) Titanfall
3) AION
4) Guild Wars 2
5) Skyrim
6) Guild Wars 2
7) World of Warcraft
8) Battlefield 4
9) aion the tower of eternity
10) Left 4 Dead
11) Tomb Raider 2013
12) Batman Arkham City
13) World of Tanks
14) Star Wars - The Old Republic
15) World of Tanks
16) Arma 3 Breaking Point mod
17) Counter Strike - Global Offensive
18) Hearthstone: Heroes of Warcraft
19) Fifa sorozat
20) Dota 2

mutassa meg az összes választ

8. Ebben a leggyakrabban játszott játékban általában HÁNY JÁTÉKOSSAL szoktál együtt játszani?

egyedül játszom	2350	30.4%
1 játékossal	461	6%
2-4 játékossal	1883	24.4%
5-30 játékossal	2178	28.2%

több mint 30 játékossal	860	11.1%
Összes válasz	7732	

9. Melyik DIGITÁLIS játékkal játszol 2. leggyakrabban?

Ide is CSAK 1 játékot írj (a pontos, teljes nevét a játéknak), ne írj többet (következő kérdéseknél ugyanis még 1 játékot megnevezhetsz)! *(Opcionális kérdés)*

1) Age of Empires II: HD Edition
2) Battlefield 4
3) Battlefield4
4) Star Wars: Commander
5) Need for Speed
6) Diablo 3
7) Battlefield 4
8) Mass Effect
9) star wars the old republic
10) FIFA 13
11) Assassin's Creed IV Black Flag
12) Assassin's Creed 4 Black Flag
13) Battlefield 3
14) Diablo III
15) Counter Strike Global Offensive
16) Battlefield 4
17) Dota 2
18) Assassin's Creed III
19) NHL sorozat
20) League of Legends

mutassa meg az összes választ

10. Ebben a játékban HÁNY JÁTÉKOSSAL szoktál játszani általában?(Opcionális kérdés)

egyedül játszom	2743	38.8%
1 játékossal	572	8.1%
2-4 játékossal	1483	21%
5-30 játékossal	1609	22.8%
több mint 30 játékossal	662	9.4%
Összes válasz	7069	

11. Melyik DIGITÁLIS játékkal játszol 3. leggyakrabban?
Ide is CSAK 1 játékot írj (a pontos, teljes nevét a játéknak), ne írj többet!(Opcionális kérdés)

1) Age of Mythology: Extended Edition
2) Battlefield 3
3) Battlefield3
4) Call of Duty
5) Team Fortress 2
6) Call of Duty: Black Ops
7) The Witcher
8) wildstar
9) RAGE
10) Assassin's Creed III
11) Bioshock Infinite
12) Crysis 3
13) War Thunder
14) League of legends
15) Left 4 Dead 2
16) Middle Earth: Shadow of Mordor
17) wwe
18) Alien Isolation
19) Mass Effect
20) Final Fantasy XIII Lightning Returns

mutassa meg az összes választ

12. Ebben a játékban HÁNY JÁTÉKOSSAL szoktál játszani általában?(Opcionális kérdés)

egyedül játszom	2846	46.1%
1 játékossal	517	8.4%
2-4 játékossal	1233	20%
5-30 játékossal	1092	17.7%
több mint 30 játékossal	481	7.8%
Összes válasz	6169	

13. Figyelem!

A kérdőív LEGNEHEZEBB, de egyben a legfontosabb szakasza következik! A türelmedre és a figyelmedre most nagy szükség lesz! :-) Egymás után fog következni 7 kérdéscsoport, amelyben értékelni kell

az állításokat a szerint, hogy mennyire igazak Rád.

7/1. motivációs kérdéscsoport:

A JÁTÉKBAN…

…igyekszem JOBB lenni a többieknél.

NEM igaz	637	8.2%
inkább nem igaz	1283	16.6%
inkább igaz	2806	36.3%
IGAZ	3006	38.9%

…NEM fontos, hogy a KÖRNYEZET/grafika kiváló legyen.

NEM igaz	1915	24.8%
inkább nem igaz	2009	26%
inkább igaz	2125	27.5%
IGAZ	1683	21.8%

…NEM igazán szeretek HARCOLNI.

NEM igaz	4067	52.6%
inkább nem igaz	2086	27%
inkább igaz	889	11.5%
IGAZ	689	8.9%

…NEM a TÁRGY a lényeg, hanem hogy hogyan TALÁLOM meg.

NEM igaz	1034	13.4%
inkább nem igaz	2479	32.1%
inkább igaz	2838	36.7%
IGAZ	1381	17.9%

…a CSAPATJÁTÉK előnye az EREDMÉNYESSÉG, nem a közösségi érzés.

NEM igaz	2109	27.3%
inkább nem igaz	2910	37.6%
inkább igaz	1690	21.9%
IGAZ	1023	13.2%

…igyekszem KERÜLNI a túl NEHÉZ helyzeteket.

NEM igaz	3008	38.9%
inkább nem igaz	2707	35%
inkább igaz	1533	19.8%
IGAZ	484	6.3%

…úgy érzem, egy nagy VERSENY részese vagyok.

NEM igaz	1683	21.8%
inkább nem igaz	1760	22.8%
inkább igaz	2410	31.2%

IGAZ	1879	24.3%

...főleg az IZGALMAT, az adrenalint keresem.

NEM igaz	1349	17.4%
inkább nem igaz	2084	27%
inkább igaz	2514	32.5%
IGAZ	1785	23.1%

...számomra az ISMERTSÉG NEM fontos.

NEM igaz	1253	16.2%
inkább nem igaz	1860	24.1%
inkább igaz	1855	24%
IGAZ	2764	35.7%

...a HARC csak egy ESZKÖZ a céljaim eléréséhez.

NEM igaz	1609	20.8%
inkább nem igaz	2021	26.1%
inkább igaz	2638	34.1%
IGAZ	1464	18.9%

...ha rossz a TÖRTÉNET, az elrontja a hangulatom.

NEM igaz	1303	16.9%
inkább nem igaz	1750	22.6%
inkább igaz	2333	30.2%
IGAZ	2346	30.3%

...csapaton belül mindig EGYÜTTMŰKÖDŐ vagyok.

NEM igaz	148	1.9%
inkább nem igaz	329	4.3%
inkább igaz	2900	37.5%
IGAZ	4355	56.3%

...keresem a lehetőséget a SZEXUÁLIS kalandokra.

NEM igaz	5456	70.6%
inkább nem igaz	1337	17.3%
inkább igaz	635	8.2%
IGAZ	304	3.9%

...csak a KIKAPCSOLÓDÁS számít.

NEM igaz	377	4.9%
inkább nem igaz	998	12.9%
inkább igaz	2848	36.8%
IGAZ	3509	45.4%

...csak a HARC érdekel.

NEM igaz	3210	41.5%
inkább nem igaz	3061	39.6%
inkább igaz	1116	14.4%
IGAZ	345	4.5%

14. Nos, az első csoportot már meg is csináltad, csak így tovább! :-)

7/2. motivációs kérdéscsoport:

A JÁTÉK SORÁN…

…a SZÓRAKOZÁS a fontos, nem a győzelem.

NEM igaz	256	3.3%
inkább nem igaz	1084	14%
inkább igaz	3453	44.7%
IGAZ	2939	38%

…a CSAPATTÁRSAK általában csak AKADÁLYOZNAK.

NEM igaz	3304	42.7%
inkább nem igaz	3528	45.6%
inkább igaz	740	9.6%
IGAZ	160	2.1%

…amit megtanultam, azt CSAK a JÁTÉKBAN kívánom alkalmazni.

NEM igaz	1992	25.8%
inkább nem igaz	2447	31.6%
inkább igaz	1745	22.6%
IGAZ	1548	20%

…jó érzés, ha tudom IRÁNYÍTANI a játékosokat.

NEM igaz	1239	16%
inkább nem igaz	2143	27.7%
inkább igaz	2746	35.5%
IGAZ	1604	20.7%

…NEM szeretem, ha a játék világa túl VALÓSZERŰTLEN .

NEM igaz	3248	42%
inkább nem igaz	2106	27.2%
inkább igaz	1286	16.6%
IGAZ	1092	14.1%

…szinte CSAK a JÁTÉKKAL kapcsolatos témákról BESZÉLGETÜNK.

NEM igaz	3840	49.7%
inkább nem igaz	2394	31%
inkább igaz	1146	14.8%
IGAZ	352	4.6%

...keresem a lehetőséget ROMANTIKUS együttlétre.

NEM igaz	5433	70.3%
inkább nem igaz	1189	15.4%
inkább igaz	742	9.6%
IGAZ	368	4.8%

...MÁSOKBAN általában VETÉLYTÁRSAT látok.

NEM igaz	3145	40.7%
inkább nem igaz	2829	36.6%
inkább igaz	1302	16.8%
IGAZ	456	5.9%

...szeretem LEVEZETNI a felesleges FESZÜLTSÉGET.

NEM igaz	974	12.6%
inkább nem igaz	1084	14%
inkább igaz	2740	35.4%
IGAZ	2934	37.9%

...csak azért érdemes CSAPATBAN játszani, mert EGYEDÜL NEHEZEBB.

NEM igaz	3867	50%
inkább nem igaz	2534	32.8%
inkább igaz	948	12.3%
IGAZ	383	5%

...fontosabb számomra, hogy egy karakter "BŐRÉBE" BÚJJAK, mint azt fejlesztgetni.

NEM igaz	2618	33.9%
inkább nem igaz	2781	36%
inkább igaz	1559	20.2%
IGAZ	774	10%

...sokszor keresem azokat a lehetőségeket, hogy HARCOLJAK.

NEM igaz	2106	27.2%
inkább nem igaz	2715	35.1%
inkább igaz	2088	27%
IGAZ	823	10.6%

...kifejezetten ÚJ KÉPESSÉGEK megszerzésére törekszem.

NEM igaz	929	12%
inkább nem igaz	1977	25.6%
inkább igaz	3313	42.8%
IGAZ	1513	19.6%

...minél több játékost LEGYŐZNI, annál JOBB számomra a játék.

NEM igaz	2678	34.6%
inkább nem igaz	2464	31.9%
inkább igaz	1602	20.7%
IGAZ	988	12.8%

...a KÖZÖS CÉL elérésére törekszem.

NEM igaz	273	3.5%
inkább nem igaz	623	8.1%
inkább igaz	3289	42.5%
IGAZ	3547	45.9%

15. Hoppá! Egy újabb nehéz kérdéscsoporton vagy túl, nagyszerű! :-)

7/3. motivációs kérdéscsoport:

A játék során FONTOS NEKEM, hogy…

...a CSAPATTÁRSAIMNÁL JOBB legyek.

NEM igaz	1726	22.3%
inkább nem igaz	2545	32.9%
inkább igaz	2433	31.5%
IGAZ	1028	13.3%

...ismert és ELISMERT legyek a játékosok körében.

NEM igaz	2179	28.2%
inkább nem igaz	2399	31%
inkább igaz	2091	27%
IGAZ	1063	13.7%

...egy FANTÁZIA világba kerülhessek, ahol egy másik világot élhetek meg.

NEM igaz	1529	19.8%
inkább nem igaz	1606	20.8%
inkább igaz	2509	32.4%
IGAZ	2088	27%

...csapatommal MÁS CSOPORTOK FÖLÉ kerekedjünk.

NEM igaz	1335	17.3%
inkább nem igaz	1566	20.3%
inkább igaz	2723	35.2%
IGAZ	2108	27.3%

...VEZETŐ legyek, hogy ezzel HATÉKONYABB legyen a csapat.

NEM igaz	2564	33.2%
inkább nem igaz	2895	37.4%
inkább igaz	1575	20.4%

IGAZ	698	9%

...BESZÉLGETNI tudjak azokkal, akikkel RITKÁN találkozom.

NEM igaz	1297	16.8%
inkább nem igaz	1440	18.6%
inkább igaz	2701	34.9%
IGAZ	2294	29.7%

...ne csak legyőzzem, hanem meg is SEMMISÍTSEM az ellenfeleimet.

NEM igaz	4487	58%
inkább nem igaz	2001	25.9%
inkább igaz	727	9.4%
IGAZ	517	6.7%

...elszakadjak a hétköznapi PROBLÉMÁKTÓL.

NEM igaz	656	8.5%
inkább nem igaz	900	11.6%
inkább igaz	2637	34.1%
IGAZ	3539	45.8%

...meghatározó legyen a VÉLEMÉNYEM a játékosok körében.

NEM igaz	1616	20.9%
inkább nem igaz	2251	29.1%
inkább igaz	2703	35%
IGAZ	1162	15%

...tudjak ismerkedni, PÁRKAPCSOLATOT létesíteni.

NEM igaz	5340	69.1%
inkább nem igaz	1443	18.7%
inkább igaz	682	8.8%
IGAZ	267	3.5%

...a játékos KARAKTEREMET/avatáromat irányíthatom.

NEM igaz	1051	13.6%
inkább nem igaz	1185	15.3%
inkább igaz	2984	38.6%
IGAZ	2512	32.5%

...CSAPATHOZ csatlakozzam, mert JÓ érzés MÁSOKKAL lenni.

NEM igaz	657	8.5%
inkább nem igaz	1168	15.1%
inkább igaz	2954	38.2%
IGAZ	2953	38.2%

...KALANDOKAT éljek meg.

NEM igaz	508	6.6%
inkább nem igaz	643	8.3%
inkább igaz	2703	35%
IGAZ	3878	50.2%

...HÍRNEVEM legyen.

NEM igaz	2955	38.2%
inkább nem igaz	2439	31.5%
inkább igaz	1534	19.8%
IGAZ	804	10.4%

16. Nagyszerű! Most lépted át a motivációs kérdéscsoportok felét! Csak így tovább! :-)
Most végre nyilatkozhatsz arról, hogy Neked mik a legfontosabb dolgok a játékokban!

7/4. motivációs kérdéscsoport:

A játék során KIEMELTEN FONTOS nekem, hogy…

...egy KÖZÖSSÉG tagja lehetek.

NEM igaz	813	10.5%
inkább nem igaz	1559	20.2%
inkább igaz	2721	35.2%
IGAZ	2639	34.1%

...legyenek LOGIKAI-STRATÉGIAI feladatok, kihívások.

NEM igaz	227	2.9%
inkább nem igaz	714	9.2%
inkább igaz	3097	40.1%
IGAZ	3694	47.8%

...a játékos tapasztalataimat a VALÓ ÉLETBEN is tudjam kamatoztatni.

NEM igaz	1037	13.4%
inkább nem igaz	2234	28.9%
inkább igaz	2766	35.8%
IGAZ	1695	21.9%

...minél jobb és érdekesebb felszereléseket, TÁRGYAKAT gyűjtsek.

NEM igaz	540	7%
inkább nem igaz	1303	16.9%
inkább igaz	3228	41.7%
IGAZ	2661	34.4%

...közös élményeket teremthessek a BARÁTAIMMAL.

NEM igaz	534	6.9%

inkább nem igaz	918	11.9%
inkább igaz	2727	35.3%
IGAZ	3553	46%

...átéljem, milyen lehet egy MÁSIK VILÁGBAN élni.

NEM igaz	1104	14.3%
inkább nem igaz	1469	19%
inkább igaz	2429	31.4%
IGAZ	2730	35.3%

...másokat LEGYŐZZEK.

NEM igaz	2315	29.9%
inkább nem igaz	2627	34%
inkább igaz	1838	23.8%
IGAZ	952	12.3%

...a már MEGLÉVŐ KÉPESSÉGEIMET használhassam.

NEM igaz	418	5.4%
inkább nem igaz	998	12.9%
inkább igaz	3954	51.1%
IGAZ	2362	30.5%

...a KARAKTEREMET fejleszthessem.

NEM igaz	465	6%
inkább nem igaz	911	11.8%
inkább igaz	3195	41.3%
IGAZ	3161	40.9%

...az ÚJ/ismeretlen VILÁGOKAT fedezzek fel.

NEM igaz	555	7.2%
inkább nem igaz	881	11.4%
inkább igaz	2583	33.4%
IGAZ	3713	48%

...minél több PONTOT szerezzek, minél magasabb SZINTET érjek el.

NEM igaz	587	7.6%
inkább nem igaz	1417	18.3%
inkább igaz	2776	35.9%
IGAZ	2952	38.2%

...segíthessek CSAPATTÁRSAIMNAK.

NEM igaz	292	3.8%
inkább nem igaz	721	9.3%
inkább igaz	3310	42.8%
IGAZ	3409	44.1%

...fejlődjön a KOMMUNIKÁCIÓS készségem.

NEM igaz	950	12.3%
inkább nem igaz	1529	19.8%
inkább igaz	2641	34.2%
IGAZ	2612	33.8%

...kiemelkedően TELJESÍTSEK.

NEM igaz	671	8.7%
inkább nem igaz	1648	21.3%
inkább igaz	3028	39.2%
IGAZ	2385	30.8%

...a KÖRNYEZET/grafika igényes és jó legyen.

NEM igaz	800	10.3%
inkább nem igaz	1926	24.9%
inkább igaz	2659	34.4%
IGAZ	2347	30.4%

...TARTHASSAM a KAPCSOLATOT a barátaimmal.

NEM igaz	891	11.5%
inkább nem igaz	1339	17.3%
inkább igaz	2803	36.3%
IGAZ	2699	34.9%

...ÚJ KÉPESSÉGEKET és ismereteket sajátítsak el.

NEM igaz	451	5.8%
inkább nem igaz	1088	14.1%
inkább igaz	3507	45.4%
IGAZ	2686	34.7%

17. Pompás, már csak két kérdéscsoport van, hajrá! :-)

7/5. motivációs kérdéscsoport:

A játékban SZERETEM, ha…

...VEZETŐ szerepet vállalhatok.

NEM igaz	2139	27.7%
inkább nem igaz	2722	35.2%
inkább igaz	1762	22.8%
IGAZ	1109	14.3%

...CSAPATBAN játszom, nem egyedül.

NEM igaz	803	10.4%
inkább nem igaz	1451	18.8%

inkább igaz	2726	35.3%
IGAZ	2752	35.6%

...ha kiélhetem a saját FANTÁZIÁMAT.

NEM igaz	861	11.1%
inkább nem igaz	1388	18%
inkább igaz	2894	37.4%
IGAZ	2589	33.5%

...alkalmam van LÁNYOKKAL ismerkedni.

NEM igaz	3899	50.4%
inkább nem igaz	1541	19.9%
inkább igaz	1460	18.9%
IGAZ	832	10.8%

...alkalmam van FIÚKKAL ismerkedni.

NEM igaz	4454	57.6%
inkább nem igaz	1664	21.5%
inkább igaz	1209	15.6%
IGAZ	405	5.2%

...ha a csapatban mindenki HASZNOS TAG tud lenni.

NEM igaz	353	4.6%
inkább nem igaz	443	5.7%
inkább igaz	2882	37.3%
IGAZ	4054	52.4%

...PRÓBÁRA tehetem magam.

NEM igaz	202	2.6%
inkább nem igaz	554	7.2%
inkább igaz	3170	41%
IGAZ	3806	49.2%

...FELFEDEZHETEK új dolgokat.

NEM igaz	226	2.9%
inkább nem igaz	434	5.6%
inkább igaz	2794	36.1%
IGAZ	4278	55.3%

...tudom gyakorolni az IDEGEN NYELVET.

NEM igaz	639	8.3%
inkább nem igaz	874	11.3%
inkább igaz	2247	29.1%
IGAZ	3972	51.4%

...együtt játszhatok a PÁROMMAL.

NEM igaz	3377	43.7%
inkább nem igaz	1152	14.9%
inkább igaz	1428	18.5%
IGAZ	1775	23%

...együtt játszhatok a CSALÁDTAGJAIMMAL.

NEM igaz	2848	36.8%
inkább nem igaz	1267	16.4%
inkább igaz	1829	23.7%
IGAZ	1788	23.1%

...egy JÓ TÖRTÉNETET átélhetek.

NEM igaz	388	5%
inkább nem igaz	514	6.6%
inkább igaz	2267	29.3%
IGAZ	4563	59%

...megélhetem azt a KÖZÖSSÉGI élményt, amit a való életben nem.

NEM igaz	2414	31.2%
inkább nem igaz	1821	23.6%
inkább igaz	1807	23.4%
IGAZ	1690	21.9%

18. Nagyon jó! Íme elérkeztél ahhoz a részhez, hogy elmondd, mit szeretsz leginkább a játékokban?

7/6. motivációs kérdéscsoport:

A játékban NAGYON SZERETEK...

...újabb és újabb TÁRGYAKAT összegyűjteni.

NEM igaz	566	7.3%
inkább nem igaz	1220	15.8%
inkább igaz	2795	36.1%
IGAZ	3151	40.8%

...problémákat MEGOLDANI.

NEM igaz	146	1.9%
inkább nem igaz	502	6.5%
inkább igaz	2831	36.6%
IGAZ	4253	55%

...CSAPATHOZ tartozni, mert így EREDMÉNYESEBB vagyok.

NEM igaz	698	9%
inkább nem igaz	1549	20%
inkább igaz	2734	35.4%
IGAZ	2751	35.6%

...REJTETT vagy nehezen megszerezhető tárgyakat keresni.

NEM igaz	542	7%
inkább nem igaz	1143	14.8%
inkább igaz	2503	32.4%
IGAZ	3544	45.8%

...újabb és újabb KIHÍVÁSOKAT keresni.

NEM igaz	210	2.7%
inkább nem igaz	652	8.4%
inkább igaz	3129	40.5%
IGAZ	3741	48.4%

...ÚJ EMBEREKET megismerni.

NEM igaz	903	11.7%
inkább nem igaz	1879	24.3%
inkább igaz	2540	32.9%
IGAZ	2410	31.2%

...kikapcsolódni a hétköznapi UNALMAS világból.

NEM igaz	457	5.9%
inkább nem igaz	940	12.2%
inkább igaz	2324	30.1%
IGAZ	4011	51.9%

...izgalmas REJTÉLYEKKEL és titkokkal találkozni.

NEM igaz	373	4.8%
inkább nem igaz	817	10.6%
inkább igaz	2657	34.4%
IGAZ	3885	50.2%

...egy olyan VILÁGOT megélni, ami JOBB, mint a valóság.

NEM igaz	1933	25%
inkább nem igaz	1784	23.1%
inkább igaz	1796	23.2%
IGAZ	2219	28.7%

...kipróbálni különféle SZEREPEKET.

NEM igaz	795	10.3%
inkább nem igaz	1188	15.4%
inkább igaz	2870	37.1%

IGAZ	2879	37.2%

...AKADÁLYOKAT legyőzni.

NEM igaz	154	2%
inkább nem igaz	414	5.4%
inkább igaz	3108	40.2%
IGAZ	4056	52.5%

...EGYEDÜL játszani.

NEM igaz	1806	23.4%
inkább nem igaz	2712	35.1%
inkább igaz	1827	23.6%
IGAZ	1387	17.9%

19. Éééés végre beértél a motivációs blokk utolsó kérdéscsoportjához! :-) Itt őszintén nyilatkozhatsz arról, hogy mit NEM szeretsz a játékokban!

7/7. motivációs kérdéscsoport:

A játékban NEM SZERETEK/SZERETNÉK...

...a KARAKTERT fejleszteni.

nem IGAZ	3806	49.2%
inkább nem igaz	1778	23%
inkább igaz	1116	14.4%
IGAZ	1032	13.3%

...ismerkedni, PÁRKAPCSOLATOT létesíteni.

nem IGAZ	2257	29.2%
inkább nem igaz	1594	20.6%
inkább igaz	1283	16.6%
IGAZ	2598	33.6%

...sokat foglalkozni a játékvilág FELFEDEZÉSÉVEL.

nem IGAZ	3528	45.6%
inkább nem igaz	2090	27%
inkább igaz	1236	16%
IGAZ	878	11.4%

...másokat LEGYŐZNI.

nem IGAZ	2332	30.2%
inkább nem igaz	2634	34.1%
inkább igaz	1697	21.9%

IGAZ	1069	13.8%

...ÚJ JÁTÉKOSOKAT megismerni.

nem IGAZ	2899	37.5%
inkább nem igaz	2392	30.9%
inkább igaz	1535	19.9%
IGAZ	906	11.7%

...CSAPATHOZ/másokhoz csatlakozni.

nem IGAZ	3202	41.4%
inkább nem igaz	2123	27.5%
inkább igaz	1409	18.2%
IGAZ	998	12.9%

...PONTOKAT gyűjteni, SZINTEKET lépni.

nem IGAZ	3638	47.1%
inkább nem igaz	1886	24.4%
inkább igaz	1065	13.8%
IGAZ	1143	14.8%

...felszereléseket, TÁRGYAKAT, lootokat szerezni.

nem IGAZ	3726	48.2%
inkább nem igaz	1857	24%
inkább igaz	1056	13.7%
IGAZ	1093	14.1%

...a valóságtól eltérő SZEMÉLYISÉGET játszani.

nem IGAZ	2913	37.7%
inkább nem igaz	2057	26.6%
inkább igaz	1378	17.8%
IGAZ	1384	17.9%

...HÍRNEVET szerezni.

nem IGAZ	2093	27.1%
inkább nem igaz	2030	26.3%
inkább igaz	1933	25%
IGAZ	1676	21.7%

...másokat IRÁNYÍTANI.

nem IGAZ	1839	23.8%
inkább nem igaz	2090	27%
inkább igaz	2070	26.8%
IGAZ	1733	22.4%

...csajozni.

nem IGAZ	2242	29%
inkább nem igaz	1086	14%
inkább igaz	981	12.7%
IGAZ	3423	44.3%

...pasizni.

nem IGAZ	2189	28.3%
inkább nem igaz	348	4.5%
inkább igaz	441	5.7%
IGAZ	4754	61.5%

20. GRATULÁLOK a kitartásodhoz! A kérdőív legnehezebb részén ezennel túljutottál! :-)

Kicsit most pihenj, de azért ne sokat, mert egy újabb nehéz kérdéssorban vár Rád a következő nagy kihívás! :-)

Itt azt kell megmondanod, hogy szerinted miben FEJLŐDTÉL, miben lettél JOBB a digitális játékok által!

1.) KAPCSOLATOK erősödése

nem fejlődött	1298	16.8%
inkább nem fejlődött	1666	21.5%
inkább fejlődött	3396	43.9%
fejlődött	1372	17.7%

2.) CSAPATMUNKA, együttműködés, kooperáció

nem fejlődött	654	8.5%
inkább nem fejlődött	789	10.2%
inkább fejlődött	3335	43.1%
fejlődött	2954	38.2%

3.) ÚJ BARÁTOK, kapcsolatok szerzése

nem fejlődött	970	12.5%
inkább nem fejlődött	1467	19%
inkább fejlődött	2958	38.3%
fejlődött	2337	30.2%

4.) KOMMUNIKÁCIÓ: pl. önkifejezés, szókincs, beszéd

nem fejlődött	897	11.6%
inkább nem fejlődött	1417	18.3%
inkább fejlődött	2838	36.7%
fejlődött	2580	33.4%

5.) ELŐADÓI, színészi képesség, retorika, improvizáció

nem fejlődött	1632	21.1%
inkább nem fejlődött	2124	27.5%
inkább fejlődött	2448	31.7%
fejlődött	1528	19.8%

6.) FANTÁZIA, képzelőerő

nem fejlődött	593	7.7%
inkább nem fejlődött	901	11.7%
inkább fejlődött	2882	37.3%
fejlődött	3356	43.4%

7.) EMPÁTIA, tolerancia, alkalmazkodás

nem fejlődött	748	9.7%
inkább nem fejlődött	1173	15.2%
inkább fejlődött	3131	40.5%
fejlődött	2680	34.7%

8.) KITARTÁS, akaraterő, türelem

nem fejlődött	387	5%
inkább nem fejlődött	718	9.3%
inkább fejlődött	2943	38.1%
fejlődött	3684	47.6%

9.) LOGIKA, taktika, STRATÉGIAI érzék

nem fejlődött	207	2.7%
inkább nem fejlődött	394	5.1%
inkább fejlődött	2633	34.1%
fejlődött	4498	58.2%

10.) PROBLÉMA-megoldó képesség

nem fejlődött	264	3.4%
inkább nem fejlődött	556	7.2%
inkább fejlődött	3052	39.5%
fejlődött	3860	49.9%

11.) KREATIVITÁS, ötletesség

nem fejlődött	341	4.4%
inkább nem fejlődött	817	10.6%
inkább fejlődött	2994	38.7%
fejlődött	3580	46.3%

12.) SZERVEZŐ készség, csapat-koordináció

nem fejlődött	715	9.2%

inkább nem fejlődött	1612	20.8%
inkább fejlődött	3007	38.9%
fejlődött	2398	31%

13.) ÖNBIZALOM, magabiztosság, bátorság

nem fejlődött	1066	13.8%
inkább nem fejlődött	1848	23.9%
inkább fejlődött	2827	36.6%
fejlődött	1991	25.8%

14.) POZITÍV ÖNÉRTÉKELÉS

nem fejlődött	1247	16.1%
inkább nem fejlődött	1916	24.8%
inkább fejlődött	2864	37%
fejlődött	1705	22.1%

15.) ÖNISMERET

nem fejlődött	1272	16.5%
inkább nem fejlődött	1800	23.3%
inkább fejlődött	2835	36.7%
fejlődött	1825	23.6%

16.) ÖNURALOM, fegyelem, higgadtság

nem fejlődött	975	12.6%
inkább nem fejlődött	1452	18.8%
inkább fejlődött	2878	37.2%
fejlődött	2427	31.4%

17.) PRECIZITÁS, pontosság

nem fejlődött	544	7%
inkább nem fejlődött	1009	13%
inkább fejlődött	3183	41.2%
fejlődött	2996	38.7%

18.) REFLEX, reakció(idő) javulása

nem fejlődött	385	5%
inkább nem fejlődött	651	8.4%
inkább fejlődött	2472	32%
fejlődött	4224	54.6%

19.) Szem-kéz KOORDINÁCIÓ, TÉRLÁTÁS

nem fejlődött	485	6.3%
inkább nem fejlődött	732	9.5%
inkább fejlődött	2455	31.8%
fejlődött	4060	52.5%

20.) KONCENTRÁCIÓ, figyelem, összpontosítás

nem fejlődött	377	4.9%
inkább nem fejlődött	705	9.1%
inkább fejlődött	2898	37.5%
fejlődött	3752	48.5%

21.) Gyors, határozott DÖNTÉSEK nehéz helyzetekben

nem fejlődött	508	6.6%
inkább nem fejlődött	1062	13.7%
inkább fejlődött	2993	38.7%
fejlődött	3169	41%

22.) HELYZET-felismerés, bonyolult helyzetek átlátása

nem fejlődött	396	5.1%
inkább nem fejlődött	840	10.9%
inkább fejlődött	3370	43.6%
fejlődött	3126	40.4%

23.) MEGFIGYELŐ, ELEMZŐ képesség

nem fejlődött	332	4.3%
inkább nem fejlődött	772	10%
inkább fejlődött	3371	43.6%
fejlődött	3257	42.1%

24.) VEZETŐI készség, irányítás, felelősség

nem fejlődött	1194	15.4%
inkább nem fejlődött	2238	28.9%
inkább fejlődött	2545	32.9%
fejlődött	1755	22.7%

25.) ISMERETSZERZÉS, tanulás

nem fejlődött	721	9.3%
inkább nem fejlődött	1320	17.1%
inkább fejlődött	3181	41.1%
fejlődött	2510	32.5%

26.) IDEGEN NYELV tanulása

nem fejlődött	685	8.9%
inkább nem fejlődött	787	10.2%
inkább fejlődött	2260	29.2%
fejlődött	4000	51.7%

21. Milyen MÁS JÁTÉKOKKAL szeretsz játszani, amely NEM DIGITÁLIS játék?

Ha több játék van, kérlek, tedd fontossági sorrendbe, vesszővel elválasztva!(Opcionális kérdés)

1) sakk
2) Portal2, Civilzation, L.A Noire GTA, Mass Effect, Call of Duty
3) Kvízjátékok
4) Lego
5) munchkin, kártya játékok, szerepjátékok
6) Sakk, kártyajátékok
7) szerepjátékok, stratégiai
8) Már nincs ilyen
9) Semmilyen
10) Metal Gear Solid 4, Deus Ex Human Revolution, Diablo 3, Watchdogs, God of War 3, Max Payne 3, Infamous, L.A. Noir, Borderlands 2, Battlefield 3, Devil May Cry(DMC).
11) foci,
12) Foci, Kosár labda, Airsoft
13) Squash
14) lego,uno
15) Go, Römi, Barkóba, Számháború
16) Foci
17) Kártyajátékok, pl: poker
18) kartya jatekok
19) kosárlabda,kártya,társasjátékok
20) Kártya játékok, Activity, Kő-papír-olló

mutassa meg az összes választ

22. Most jöjjenek az INTERNET-használattal, JÁTÉK-PLATFORMOKKAL kapcsolatos kérdések!

Milyen SEBESSÉGŰ INTERNET-eléréssel rendelkezel otthon?

nincsen internetem	18	0.2%
1 Mbps alatti sebesség	125	1.6%
1-5 Mbps közötti sebesség	1006	12.7%
6-10 Mbps közötti sebesség	1443	18.3%
11-20 Mbps közötti sebesség	1307	16.6%
21-50 Mbps közötti sebesség	1637	20.7%
50-100 Mb közötti sebesség	1472	18.6%
100 Mbps feletti sebesség	885	11.2%
Összes válasz	7893	

26. Melyik platformon milyen gyakran játszol?

PC

soha	333	4.2%
ritkán	517	6.6%
gyakran	1103	14%
mindig	5935	75.2%

PlayStation 3

soha	6114	77.5%
ritkán	1114	14.1%
gyakran	399	5.1%
mindig	261	3.3%

PlayStation 4

soha	7141	90.5%
ritkán	460	5.8%
gyakran	132	1.7%
mindig	155	2%

PS Vita

soha	7543	95.6%
ritkán	235	3%
gyakran	69	0.9%
mindig	41	0.5%

Xbox 360

soha	5277	66.9%
ritkán	1560	19.8%
gyakran	673	8.5%
mindig	378	4.8%

Xbox One

soha	7385	93.6%
ritkán	348	4.4%
gyakran	72	0.9%
mindig	83	1.1%

Wii U

soha	7505	95.1%
ritkán	301	3.8%
gyakran	69	0.9%
mindig	13	0.2%

Nintendo DS/3DS

soha	7430	94.2%
ritkán	346	4.4%

gyakran	84	1.1%
mindig	28	0.4%

mobiltelefon

soha	1384	17.5%
ritkán	2851	36.1%
gyakran	2405	30.5%
mindig	1248	15.8%

tablet

soha	4712	59.7%
ritkán	1757	22.3%
gyakran	1007	12.8%
mindig	412	5.2%

egyéb

soha	5994	76%
ritkán	1191	15.1%
gyakran	431	5.5%
mindig	272	3.4%

27. Melyik játékplatform(ok) beszerzését tervezed még idén?

PC

Már van nekem	7324	92.8%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	68	0.9%
Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	162	2.1%
Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	334	4.2%

PlayStation 3

Már van nekem	897	11.4%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	252	3.2%
Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	614	7.8%
Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	6125	77.6%

PlayStation 4

Már van nekem	315	4%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	511	6.5%
Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	2051	26%

Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	5011	63.5%

PS Vita

Már van nekem	194	2.5%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	156	2%
Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	489	6.2%
Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	7049	89.4%

Xbox 360

Már van nekem	1386	17.6%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	295	3.7%
Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	792	10%
Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	5415	68.6%

Xbox One

Már van nekem	182	2.3%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	428	5.4%
Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	1500	19%
Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	5778	73.3%

Wii U

Már van nekem	156	2%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	143	1.8%
Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	490	6.2%
Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	7099	90%

Nintendo DS/3DS

Már van nekem	283	3.6%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	125	1.6%
Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	334	4.2%
Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	7146	90.6%

mobiltelefon

Már van nekem	6461	81.9%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	188	2.4%

Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	300	3.8%
Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	939	11.9%

tablet

Már van nekem	2503	31.7%
Nincs, de idén már szeretnék ilyet beszerezni	543	6.9%
Szeretnék ilyet, de idén még nem tudom beszerezni	1322	16.8%
Nincs, és nem is tervezek ilyet beszerezni	3520	44.6%

28. Átlagosan milyen gyakran vásárolsz PC-s vagy konzolos játékot?

előrendelve

soha	4796	60.8%
félévnél ritkábban	2038	25.8%
félévente	870	11%
havonta	145	1.8%
havonta többször is	44	0.6%

megjelenéskor

soha	4173	52.9%
félévnél ritkábban	2374	30.1%
félévente	992	12.6%
havonta	270	3.4%
havonta többször is	84	1.1%

később, ha már csökkent az ára

soha	1991	25.2%
félévnél ritkábban	2654	33.6%
félévente	2191	27.8%
havonta	795	10.1%
havonta többször is	262	3.3%

nagy digitális leárazások során (pl. Steam, PSN vagy XBL akciók)

soha	3187	40.4%
félévnél ritkábban	1556	19.7%
félévente	1613	20.4%
havonta	948	12%
havonta többször is	589	7.5%

dobozos leárazások során (pl. PlayIT akciók)

soha	4903	62.1%
félévnél ritkábban	1632	20.7%

félévente	934	11.8%
havonta	275	3.5%
havonta többször is	149	1.9%

újság mellékleteként

soha	4700	59.5%
félévnél ritkábban	1669	21.1%
félévente	899	11.4%
havonta	530	6.7%
havonta többször is	95	1.2%

29. Általában mennyire fontos, hogy "dobozban" juss hozzá egy játékhoz (nem pedig digitálisan)?

nem fontos	3120	39.5%
kevésbé fontos	2215	28.1%
fontos	1692	21.4%
nagyon fontos	866	11%
Összes válasz	7893	

30. Hány százalékát játszottad végig (teljesen) eddig a megvásárolt játékaidnak?
Kérlek, egy KONKRÉT százalékot írj (0 - 100 között)!

1) 40%
2) 5
3) 65
4) 90
5) 100
6) 70%
7) 73%
8) 40%
9) 100%
10) 100
11) 95%
12) 75%.
13) 99
14) 95%
15) 80%
16) 30
17) 100
18) 99%

19) 30
20) 92%

mutassa meg az összes választ

31. A megvásárolt játékaid hány százalékával játszottál valamennyit (de nem játszottad végig)?
Kérlek, egy KONKRÉT százalékot írj (0 - 100 között)!

1) 20%
2) 20
3) 30
4) 100
5) 0
6) 100
7) 90%
8) 60%
9) 0
10) 0
11) 20%
12) 100%
13) 1
14) 5%
15) 20%
16) 80
17) 0
18) 1%
19) 100
20) 92

mutassa meg az összes választ

32. Mennyi az, amihez hozzá sem nyúltál, csak megvetted?
Kérlek, ismét egy KONKRÉT százalékot írj (0 - 100 között)!

1) 40%
2) 0
3) 2
4) 0
5) 0
6) 0
7) 10%
8) 10%

9) 0
10) 0
11) 0%
12) 0%
13) 0
14) 0%
15) 0%
16) 20
17) 0
18) 0%
19) 0
20) 2

mutassa meg az összes választ

34. A játékokkal kapcsolatosan mire költenél szívesen? Több választás is lehetséges! (több válasz lehetséges)

digitális játékok (DVD, előfizetés, stb.)	4141	15.5%
játékkonzol	3079	11.5%
tablet	1610	6%
PC	6028	22.6%
mobiltelefon	2650	9.9%
póló	1902	7.1%
kedvezmény	1397	5.2%
rendezvénybelépő	1179	4.4%
klubkártya	583	2.2%
újság	1389	5.2%
könyv	2359	8.8%
Egyéb, éspedig:	349	1.3%
Összes válasz	26666	

35. Az utolsó kérdésblokknál kicsit kitekintünk a JÁTÉKON KÍVÜLI életre is: a szabadidős, kommunikációs, kapcsolati és végül demográfiai típusú kérdésekkel zárunk.

Nézzük akkor az első kérdést!

Milyen SZABADIDŐS tevékenységeket végzel? (több válasz lehetséges)

Beszélgetés, társalgás (személyes, telefonon, interneten)	6945	7.8%
Vendégeskedés, vendégek fogadása	3063	3.4%

Kocsmázás, italozás, baráti társaságban	3565	4%
Társas szórakozás (tánc, buli, koncert, bál, néptánc, kártya, társasjáték, sakk stb.)	4344	4.9%
Családi, párkapcsolati tevékenység (családi összejövetel, intim együttlét, ismerkedés, randi)	5316	6%
Vallásgyakorlás (ima, elmélkedés, vallási szertartáson, eseményen részvétel)	705	0.8%
Szervezeti, egyesületi tevékenység	839	0.9%
Sportrendezvények látogatása	2057	2.3%
Mozi látogatása	4503	5%
Egyéb kulturális intézmények látogatása (színház, komolyzenei koncert, opera, kiállítás, múzeum, cirkusz, állatkert, stb.)	2798	3.1%
Újság, folyóirat, stb. olvasása - papír alapon	3278	3.7%
Újság, folyóirat, stb. olvasása - elektronikus úton (teletext, internet, WAP stb.)	3909	4.4%
Könyvolvasás - papír alapon	4636	5.2%
Könyvolvasás - elektronikus úton (teletext, internet, WAP stb.)	2284	2.6%
Rádió-, magnó-, lemez-, CD-hallgatás	4477	5%
Tévénézés, videózás, internetezés	6899	7.7%
Szobanövények ápolása, öntözése, átültetése, szaporítása stb.	1657	1.9%
Kutya, macska, egyéb házi kedvencek gondozása, sétáltatása, stb.	3858	4.3%
Öntevékeny amatőr művészeti tevékenységek, művészeti jellegű hobbik	1245	1.4%
Fotózás, filmezés	1839	2.1%
Zenélés	1598	1.8%
Séta, kirakat-, városnézés	2910	3.3%
Kirándulás, strandolás, természetjárás, horgászat	3709	4.2%
Testedzés, testépítés, konditerem	2452	2.7%
Fitnesz, aerobik, torna, jóga, pilates	592	0.7%
Távgyaloglás, kocogás, futás	1133	1.3%
Természetjárás, gyalogos turizmus, tájfutás	1478	1.7%
Kerékpározás (nem közlekedési céllal)	2236	2.5%
Úszás	1199	1.3%
Labdarúgás	1529	1.7%
Egyéb sportok	1609	1.8%
Egyéb szabadon végzett tevékenységek, éspedig:	579	0.6%
Összes válasz	89241	

36. Hány olyan BARÁTOD van, akiben megbízol, és akivel szívesen megosztod a legbensőbb gondolataidat?

0	554	7%
1	1197	15.2%
2	1854	23.5%
3	1643	20.8%
4	1074	13.6%
5-7	1119	14.2%
8-10	268	3.4%
11-15	72	0.9%
15 fölött	112	1.4%
Összes válasz	7893	

37. Hány olyan "ONLINE BARÁTOD" van, akiben megbízol, akivel szívesen megosztod legbensőbb gondolataidat, de közben személyesen még nem találkoztál vele?

0	4631	58.7%
1	1210	15.3%
2	835	10.6%
3	448	5.7%
4	243	3.1%
5-7	332	4.2%
8-10	95	1.2%
11-15	25	0.3%
15 fölött	74	0.9%
Összes válasz	7893	

38. Hány olyan személyes BARÁTOD van, akit először az INTERNETEN ISMERTÉL meg (előtte a való életben soha sem találkoztatok), de most már személyesen is ismeritek egymást?

0	3674	46.5%
1	1170	14.8%
2	934	11.8%
3	524	6.6%
4	287	3.6%
5-7	588	7.4%
8-10	261	3.3%
11-15	96	1.2%
15 fölött	359	4.5%
Összes válasz	7893	

39. Jött már létre PÁRKAPCSOLATOD olyan személlyel, akit az INTERNETEN ismertél meg?

igen	2330	29.5%
nem	5563	70.5%
Összes válasz	7893	

40. A CSALÁDTAGJAID közül játszik valaki az általad játszott online játék(ok)kal? Ha igen, írd be melyik családtagod az (pl. apa, testvér, nagymama, gyermek)

nem	4381	55.5%
igen, éspedig:	3512	44.5%
Összes válasz	7893	

41. Milyen kommunikációs csatornán tartod a kapcsolatot leggyakrabban a barátaiddal/ismerőseiddel? Kérlek, tedd sorrendbe az alábbiakat! Itt alapvetően a lista első 6 helyezettje közötti sorrend a lényeges!

	Helyezés	Pontok
személyes	1	16193
telefon (mobil, vezetékes)	2	24262
Közösségi oldalak (pl. Facebook) üzenetküldési lehetőségei (üzenőfalak, megosztások, beépített üzenetküldő szolgálatatások)	3	26874
Voip (SKYPE és egyéb voip kliensek)	4	36378
e-mail	5	38994
Instant messengerek és chatprogramok (MSN, Gtalk [gmail chat], IRC kliensek)	6	42069
Online játékok belső üzenetküldő lehetőségei (chat, vagy hang/video szolgáltatások)	7	42953
postai levél	8	56426

A helyezés a válaszlehetőség rangsorban betöltött helyét mutatja. A legmagasabb helyezésű válaszlehtőséget értékelték a kitöltők a legmagasabbra. A pontok azt mutatják, hogy ezt a lehetőséget hányan választották. A legfontosabb válaszlehetőség kapta a legkevesebb pontot; a legkevésbé fontos válaszlehetőség a legtöbb pontot.

42. Melyik internetes közösségi oldalon vagy a legaktívabb?

Facebook	6429	81.5%
Google+	212	2.7%
Twitter	91	1.2%
LinkedIn	15	0.2%
EGYIKEN SEM vagyok aktív!	1037	13.1%

más közösségi oldal, éspedig:	109	1.4%
Összes válasz	7893	

43. Milyen gyakoriséggal látogatod ezeket a közösségi oldalakat?

Facebook

SOHA	443	5.6%
évi 1-2 alkalom	86	1.1%
2-3 havonta	115	1.5%
havonta	114	1.4%
hetente	278	3.5%
2-3 hetente	182	2.3%
hetente többször	984	12.5%
minden nap	5691	72.1%

Google+

SOHA	3529	44.7%
évi 1-2 alkalom	751	9.5%
2-3 havonta	445	5.6%
havonta	683	8.7%
hetente	421	5.3%
2-3 hetente	479	6.1%
hetente többször	814	10.3%
minden nap	771	9.8%

Twitter

SOHA	5482	69.5%
évi 1-2 alkalom	527	6.7%
2-3 havonta	360	4.6%
havonta	447	5.7%
hetente	272	3.4%
2-3 hetente	220	2.8%
hetente többször	311	3.9%
minden nap	274	3.5%

LinkedIn

SOHA	7150	90.6%
évi 1-2 alkalom	161	2%
2-3 havonta	100	1.3%
havonta	170	2.2%
hetente	104	1.3%
2-3 hetente	74	0.9%
hetente többször	107	1.4%
minden nap	27	0.3%

más közösségi oldal

SOHA	6256	79.3%
évi 1-2 alkalom	245	3.1%
2-3 havonta	129	1.6%
havonta	213	2.7%
hetente	182	2.3%
2-3 hetente	129	1.6%
hetente többször	375	4.8%
minden nap	364	4.6%

44. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?

kevesebb mint 8 általános	246	3.1%
8 általános	1425	18.1%
szakmunkásképző	736	9.3%
szakközépiskolai érettségi, középfokú technikum	1859	23.6%
gimnáziumi érettségi	1512	19.2%
felsőfokú képesítés	658	8.3%
főiskolai végzettség	761	9.6%
egyetemi végzettség	658	8.3%
doktori fokozat	38	0.5%
Összes válasz	7893	

45. Jelenleg tanuló/diák vagy? (több válasz lehetséges)

jelenleg nem tanulok	4193	52.3%
általános iskolában tanulok	394	4.9%
szakmunkásképző iskolában tanulok	243	3%
középiskolában tanulok	1518	18.9%
felsőfokú képesítést adó képzésben veszek részt	376	4.7%
felsőfokú intézményben tanulok	1227	15.3%
doktori iskolában tanulok	66	0.8%
Összes válasz	8017	

46. Jelenleg milyen jellegű munkát végzel? (több válasz lehetséges)

segédmunkás, betanított munkás	535	6%
mezőgazdasági fizikai munkás	99	1.1%
szakmunkás	904	10.1%
kisiparos, kiskereskedő, önálló egyéni vállalkozó	237	2.7%
egyéni gazda, önálló gazdálkodó mezőgazdaságban	42	0.5%
irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi	1223	13.7%

beosztott értelmiségi	907	10.2%
alsóvezető	256	2.9%
középvezető	328	3.7%
felsővezető (legalább 20 beosztottal)	49	0.5%
nyugdíjas	299	3.4%
tanuló	3094	34.7%
háztartásbeli	216	2.4%
munkanélküli	722	8.1%
Összes válasz	8911	

47. Kikkel élsz együtt?

egyedül élek	686	8.7%
szüleimmel / nagyszüleimmel / testvéremmel élek	4312	54.6%
párkapcsolatban élek (élettársi, házastársi viszony), gyermek nélkül	1294	16.4%
párkapcsolatban élek (élettársi, házastársi viszony), gyermekkel	1153	14.6%
csak gyermekemmel élek	116	1.5%
egyéb, éspedig:	332	4.2%
Összes válasz	7893	

48. Mi a családi állapotod?

nőtlen/hajadon (egyedül)	3833	48.6%
nőtlen/hajadon (párkapcsolatban)	2397	30.4%
házas	1302	16.5%
elvált	273	3.5%
özvegy	88	1.1%
Összes válasz	7893	

49. Mi a lakóhelyed irányítószáma? (Opcionális kérdés)

1) 6723
2) 2855
3) 8100
4) 4161
5) 1122
6) 1165
7) 8191
8) 8053
9) 1074

10) 7622
11) 5600
12) 6100
13) 9025
14) 9400
15) 2700
16) 3931
17) 4026
18) 7200
19) 8191
20) 4032

mutassa meg az összes választ

50. Van kedved a későbbiekben is részt venni egy újabb, ilyen témájú kutatásban?

igen, szívesen segítek!	6608	83.7%
nem	142	1.8%
nem tudom	1143	14.5%
Összes válasz	7893	

51. Ha érdekel ennek a kutatásnak az eredménye, szeretnéd, hogy elküldjem neked?

igen	7205	91.3%
nem	688	8.7%
Összes válasz	7893	

52. Mennyire tetszett a kérdőív? Kérlek, értékeld 1-5-ös skálán.

Egyáltalán nem		Teljes mértékben
	4.2 / 5	

6. számú melléklet

2015. évi JátékosLét Kérdőív kérdései és adatai

JÁTÉKOSLÉT KÉRDŐÍV 2015

A válaszadók létszáma:	6 840
Férfi:	6 009
Nő:	831
Nincs adat:	127
Életkori átlag:	23.8 év

1. Játszol valamilyen VIDEOJÁTÉKKAL?

("VIDEOJÁTÉKOK" alatt elsősorban az online, interneten, számítógépen/PC-n, tableten, konzolos játékon, mobilon, fórumos/FRPG játékon, stb. játszható játékok értendők!)

igen	6805	99.5%
nem	35	0.5%
Összes válasz	6840	

2. Milyen GYAKORISÁGGAL játszol videojátékokkal?

évi 1-2 alkalom	13	0.2%
2-3 havonta	33	0.5%
havonta	45	0.7%
2-3 hetente	100	1.5%
hetente	316	4.6%
hetente többször	2190	32%
minden nap	4126	60.3%
SOHA nem játszom videojátékkal!	17	0.2%
Összes válasz	6840	

3. Jellemzően HÁNY ÓRÁT játszol egy NAP videojátékkal?

kevesebb mint 1 órát	239	3.5%
1 órát	592	8.7%
2 órát	1678	24.5%
3 órát	1606	23.5%
4 órát	1186	17.3%
5 órát	682	10%

6-8 órát	634	9.3%
9-12 órát	136	2%
több mint 12 órát	68	1%
SOHA nem játszom videojátékkal!	19	0.3%
Összes válasz	6840	

4. Mikor KEZDTÉL el játszani videojátékkal?

kevesebb mint 1 éve	32	0.5%
1-3 éve	368	5.4%
4-6 éve	1137	16.6%
7-10 éve	1959	28.6%
11-15 éve	1725	25.2%
16-20 éve	877	12.8%
több mint 20 éve	724	10.6%
SOHA nem játszom videojátékkal!	18	0.3%
Összes válasz	6840	

5. Melyik a kedvenc, 1. számú videojátékod?

Ide CSAK 1 játékot írj (a pontos, teljes nevét a játéknak), ne írj többet (következő kérdéseknél ugyanis még 2 játékot megnevezhetsz)!
A játékkal kapcsolatos megjegyzéseket, gondolataidat pedig a kérdőív utolsó kérdéseinél található megjegyzés rovatba írhatod.

1) NOBUNAGAS AMBITION Sphere of Influence
2) Assassin's Creed
3) Halo: Reach
4) Dragon Age: Inquisition
5) Battlefield 3
6) Grand Theft Auto
7) The Last of Us
8) Magicka
9) Mass Effect
10) Dragon age: Origins
11) Imperium Galaktika 2
12) Fallout 2
13) Battlefiled 4
14) World of Tanks
15) The Last Of Us
16) Dragon Age
17) World of Tanks
18) League of Legends

19) DOTA 2
20) Fallout 4

mutassa meg az összes választ

6. Ebben a játékban általában HÁNY JÁTÉKOSSAL szoktál együtt játszani?

egyedül játszom	3079	45%
1 játékossal	414	6.1%
2-4 játékossal	1394	20.4%
5-30 játékossal	1449	21.2%
több mint 30 játékossal	504	7.4%
Összes válasz	6840	

7. Melyik a 2. legkedveltebb videojátékod, amivel játszani szoktál?

Ide is CSAK 1 játékot írj (a pontos, teljes nevét a játéknak), ne írj többet (következő kérdéseknél ugyanis még 1 játékot megnevezhetsz)! *(Opcionális kérdés)*

1) Grand Theft Auto V
2) The Elder Scrolls 5: Skyrim
3) Need for Speed
4) Oblivion
5) Mafia
6) Batman Arkham trilógia
7) Space Engineers
8) Starcraft
9) Assassins Creed
10) World of Warcraft
11) Shin Megami Tensei Persona 3
12) Fallout 4
13) Witcher 3
14) Counter-Strike: Global Offensive
15) Mass Effect
16) Star Wars Knights of the Old Republic
17) Madden NFL
18) Rocket Leauge
19) Payday 2
20) Rocket Leauge

mutassa meg az összes választ

8. Ebben a játékban HÁNY JÁTÉKOSSAL szoktál játszani általában?(Opcionális kérdés)

egyedül játszom	2970	43.9%
1 játékossal	583	8.6%
2-4 játékossal	1417	20.9%
5-30 játékossal	1307	19.3%
több mint 30 játékossal	492	7.3%
Összes válasz	6769	

9. Melyik a 3. legkedveltebb videojátékod, amivel játszani szoktál?

Ide is CSAK 1 játékot írj (a pontos, teljes nevét a játéknak), ne írj többet!(Opcionális kérdés)

1) World of Warcraft
2) Forza 4
3) The Elder Scrolls V: Skyrim
4) Napoleon Toal War
5) World of Tanks
6) Leauge of Legends
7) Need for Speed Underground 2
8) World of Tanks
9) The elder scrolls V: Skyrim
10) Star Wars The Old Republic
11) Record of Agarest War
12) Grand Theft Auto 5
13) Portal
14) Borderlands 2
15) HearthStone
16) Dreamfall Chapters
17) Hearthstone
18) Fifa 16
19) Borderlands sorozat
20) Fifa 16

mutassa meg az összes választ

10. Ebben a játékban HÁNY JÁTÉKOSSAL szoktál játszani általában?(Opcionális kérdés)

egyedül játszom	3279	49.2%
1 játékossal	572	8.6%

2-4 játékossal	1223	18.4%
5-30 játékossal	1120	16.8%
több mint 30 játékossal	468	7%
Összes válasz	6662	

11. Mennyire ismered és szereted az ún. "esport" játékokat?

nem hallottam még az "esport"-ról!	778	11.4%
ismerem, de nem szeretem az esportot!	1785	26.1%
szeretem, és játszani is szoktam esport játékokkal!	1481	21.7%
szeretem, de csak nézni szoktam az esport versenyeket!	1101	16.1%
játszani és nézni is szeretem az esportot!	1695	24.8%
Összes válasz	6840	

12. EGYEDÜL ("SINGLE-player"-ként) szeretsz játszani vagy inkább MÁSOKKAL, közösségben/csapatban ("MULTI-player"-ként)?

Egyértelműen "SINGLE-player" játékos vagyok! Egyedül szeretek játszani!	601	8.8%
Inkább SINGLE-player játékosnak gondolom magam.	1171	17.1%
Inkább MULTI-player játékosnak gondolom magam.	977	14.3%
Egyértelműen MULTI-player játékos vagyok! Másokkal szeretek játszani!	1047	15.3%
nem tudom megítélni, néha egyedül, néha közösségben szeretek játszani.	3044	44.5%
Összes válasz	6840	

13. Ha Multiplayer, ill. MMORPG játékos vagy, akkor kérlek, értékeld az alábbi állításokat aszerint, hogy mennyire tartod/tartottad azokat IGAZNAK!

(Nem kötelező kérdés!) (Opcionális kérdés)

1.) HC (hardcore) közösségeket szeretem

NEM igaz	2694	51.2%
IGAZ	1388	26.4%
nem tudom	1183	22.5%

2.) PvP-t szeretem

NEM igaz	1594	30.5%
IGAZ	3061	58.5%
nem tudom	578	11%

3.) PvE-t szeretem

NEM igaz	797	15.3%
IGAZ	3658	70.2%
nem tudom	757	14.5%

4.) NEMZETKÖZI közösség(ek) tagja vagyok

NEM igaz	3017	57.7%
IGAZ	1659	31.7%
nem tudom	556	10.6%

5.) VEZETŐ szerepben vagyok a játékban

NEM igaz	3143	60%
IGAZ	1149	22%
nem tudom	942	18%

14. Milyen MÁS JÁTÉKOKKAL szeretsz játszani, amely NEM VIDEOJÁTÉK?
(pl. sakk, kártyajáték, társasjáték, asztali szerepjáték, stb.)

Ha több játék van, kérlek, tedd fontossági sorrendbe, vesszővel elválasztva!

1) társasjáték
2) Póker
3) társasjáték
4) Gazdálkodj okosan
5) Carcassone
6) póker
7) sakk, Magic:the gathering
8) Kártyajáték
9) Poker
10) Kártya
11) Pokemon Trading Card game, Sakk, Magic the Gathering
12) Snapszer, Sakk, Catan, Legend of Drizzt, Odalent
13) Kártyajáték (uno,solo,Magyar kártya)
14) Magic the gathering
15) Kártyajátékok
16) kártyajáték, társasjáték
17) Társasjáték
18) Fórum alapú szerepjáték
19) Rizikó, Activity, különböző magyar kártya játékok, römi
20) Társasjáték,Kártyajáték

mutassa meg az összes választ

15. Figyelem!

A kérdőív LEGNEHEZEBB, de egyben a legfontosabb szakasza következik! A türelmedre és a figyelmedre most nagy szükség lesz! Egymás után jön 5 kérdéscsoport, amelyben értékelni kell az állításokat a szerint, hogy mennyire igazak Rád.

Ezek a kérdések függetlenek attól, hogy milyen játékkal játszol! Itt az a fő kérdés, hogy ÁLTALÁBAN miért is szeretsz játszani, mi érdekel egy játékban?

5/1. motivációs kérdéscsoport:

A JÁTÉK SORÁN…

...főleg az IZGALMAT, az adrenalint keresem.

NEM igaz	551	8.1%
inkább nem igaz	1717	25.1%
inkább igaz	2950	43.1%
IGAZ	1622	23.7%

...a KÖZÖS CÉL elérésére törekszem.

NEM igaz	452	6.6%
inkább nem igaz	1051	15.4%
inkább igaz	2902	42.4%
IGAZ	2435	35.6%

...csak a HARC érdekel.

NEM igaz	2073	30.3%
inkább nem igaz	3119	45.6%
inkább igaz	1302	19%
IGAZ	346	5.1%

...csapaton belül mindig EGYÜTTMŰKÖDŐ vagyok.

NEM igaz	127	1.9%
inkább nem igaz	356	5.2%
inkább igaz	2960	43.3%
IGAZ	3397	49.7%

...keresem a lehetőséget a SZEXUÁLIS kalandokra.

NEM igaz	4966	72.6%
inkább nem igaz	1222	17.9%

inkább igaz	479	7%
IGAZ	173	2.5%

...MÁSOKBAN általában VETÉLYTÁRSAT látok.

NEM igaz	1886	27.6%
inkább nem igaz	2764	40.4%
inkább igaz	1522	22.3%
IGAZ	668	9.8%

...minél több játékost LEGYŐZNI, annál JOBB számomra a játék.

NEM igaz	2092	30.6%
inkább nem igaz	2138	31.3%
inkább igaz	1689	24.7%
IGAZ	921	13.5%

...keresem a lehetőséget ROMANTIKUS együttlétre.

NEM igaz	4994	73%
inkább nem igaz	1152	16.8%
inkább igaz	504	7.4%
IGAZ	190	2.8%

...igyekszem JOBB lenni a többieknél.

NEM igaz	403	5.9%
inkább nem igaz	1020	14.9%
inkább igaz	2888	42.2%
IGAZ	2529	37%

...sokszor keresem azokat a lehetőségeket, hogy HARCOLJAK.

NEM igaz	1268	18.5%
inkább nem igaz	2607	38.1%
inkább igaz	2104	30.8%
IGAZ	861	12.6%

16. 5/2. motivációs kérdéscsoport:

A játék során FONTOS NEKEM, hogy…

...KALANDOKAT éljek meg.

NEM igaz	171	2.5%
inkább nem igaz	425	6.2%
inkább igaz	2065	30.2%
IGAZ	4179	61.1%

...VEZETŐ legyek, hogy ezzel HATÉKONYABB legyen a csapat.

NEM igaz	1243	18.2%
inkább nem igaz	2889	42.2%

inkább igaz	1992	29.1%
IGAZ	716	10.5%

...a játékos KARAKTEREMET/avatáromat irányíthatom.

NEM igaz	387	5.7%
inkább nem igaz	832	12.2%
inkább igaz	2457	35.9%
IGAZ	3164	46.3%

...BESZÉLGETNI tudjak azokkal, akikkel RITKÁN találkozom.

NEM igaz	1343	19.6%
inkább nem igaz	1637	23.9%
inkább igaz	2034	29.7%
IGAZ	1826	26.7%

...ismert és ELISMERT legyek a játékosok körében.

NEM igaz	1828	26.7%
inkább nem igaz	2128	31.1%
inkább igaz	1806	26.4%
IGAZ	1078	15.8%

...tudjak ismerkedni, PÁRKAPCSOLATOT létesíteni.

NEM igaz	4798	70.1%
inkább nem igaz	1360	19.9%
inkább igaz	519	7.6%
IGAZ	163	2.4%

...ne csak legyőzzem, hanem meg is SEMMISÍTSEM az ellenfeleimet.

NEM igaz	4148	60.6%
inkább nem igaz	1742	25.5%
inkább igaz	576	8.4%
IGAZ	374	5.5%

...CSAPATHOZ csatlakozzam, mert JÓ érzés MÁSOKKAL lenni.

NEM igaz	595	8.7%
inkább nem igaz	1192	17.4%
inkább igaz	2735	40%
IGAZ	2318	33.9%

...HÍRNEVEM legyen.

NEM igaz	2546	37.2%
inkább nem igaz	2237	32.7%
inkább igaz	1426	20.8%
IGAZ	631	9.2%

...egy FANTÁZIA világba kerülhessek, ahol egy másik világot élhetek meg.

NEM igaz	1046	15.3%
inkább nem igaz	1084	15.8%
inkább igaz	2129	31.1%
IGAZ	2581	37.7%

...meghatározó legyen a VÉLEMÉNYEM a játékosok körében.

NEM igaz	1512	22.1%
inkább nem igaz	2076	30.4%
inkább igaz	2278	33.3%
IGAZ	974	14.2%

17. Egy újabb nehéz kérdéscsoporton vagy túl, nagyszerű!

5/3. motivációs kérdéscsoport:

A játék során FONTOS NEKEM, hogy…

...minél jobb és érdekesebb felszereléseket, TÁRGYAKAT gyűjtsek.

NEM igaz	318	4.6%
inkább nem igaz	816	11.9%
inkább igaz	2531	37%
IGAZ	3175	46.4%

...TARTHASSAM a KAPCSOLATOT a barátaimmal.

NEM igaz	855	12.5%
inkább nem igaz	1429	20.9%
inkább igaz	2255	33%
IGAZ	2301	33.6%

...legyenek LOGIKAI-STRATÉGIAI feladatok, kihívások.

NEM igaz	172	2.5%
inkább nem igaz	666	9.7%
inkább igaz	2809	41.1%
IGAZ	3193	46.7%

...másokat LEGYŐZZEK.

NEM igaz	1229	18%
inkább nem igaz	2499	36.5%
inkább igaz	2182	31.9%
IGAZ	930	13.6%

...az ÚJ/ismeretlen VILÁGOKAT fedezzek fel.

NEM igaz	278	4.1%
inkább nem igaz	572	8.4%

inkább igaz	2115	30.9%
IGAZ	3875	56.7%

...egy KÖZÖSSÉG tagja lehetek.

NEM igaz	609	8.9%
inkább nem igaz	1508	22%
inkább igaz	2598	38%
IGAZ	2125	31.1%

...minél több PONTOT szerezzek, minél magasabb SZINTET érjek el.

NEM igaz	404	5.9%
inkább nem igaz	1167	17.1%
inkább igaz	2672	39.1%
IGAZ	2597	38%

...átéljem, milyen lehet egy MÁSIK VILÁGBAN élni.

NEM igaz	782	11.4%
inkább nem igaz	1126	16.5%
inkább igaz	1972	28.8%
IGAZ	2960	43.3%

...segíthessek CSAPATTÁRSAIMNAK.

NEM igaz	260	3.8%
inkább nem igaz	742	10.8%
inkább igaz	3063	44.8%
IGAZ	2775	40.6%

...a KARAKTEREMET fejleszthessem.

NEM igaz	214	3.1%
inkább nem igaz	516	7.5%
inkább igaz	2378	34.8%
IGAZ	3732	54.6%

18. 5/4. motivációs kérdéscsoport:

A játékban SZERETEM, ha…

...ha kiélhetem a saját FANTÁZIÁMAT.

NEM igaz	429	6.3%
inkább nem igaz	903	13.2%
inkább igaz	2476	36.2%
IGAZ	3032	44.3%

...VEZETŐ szerepet vállalhatok.

NEM igaz	1343	19.6%
inkább nem igaz	2727	39.9%

inkább igaz	1912	28%
IGAZ	858	12.5%

…alkalmam van lányokkal/fiúkkal ismerkedni

NEM igaz	2953	43.2%
inkább nem igaz	1848	27%
inkább igaz	1440	21.1%
IGAZ	599	8.8%

…CSAPATBAN játszom, nem egyedül.

NEM igaz	732	10.7%
inkább nem igaz	1574	23%
inkább igaz	2619	38.3%
IGAZ	1915	28%

…PRÓBÁRA tehetem magam.

NEM igaz	172	2.5%
inkább nem igaz	556	8.1%
inkább igaz	2991	43.7%
IGAZ	3121	45.6%

…egy JÓ TÖRTÉNETET átélhetek.

NEM igaz	192	2.8%
inkább nem igaz	392	5.7%
inkább igaz	1469	21.5%
IGAZ	4787	70%

…ha a csapatban mindenki HASZNOS TAG tud lenni.

NEM igaz	270	3.9%
inkább nem igaz	484	7.1%
inkább igaz	2319	33.9%
IGAZ	3767	55.1%

19. Végre beértél a motivációs blokk utolsó kérdéscsoportjához!

5/5. motivációs kérdéscsoport:

A játékban SZERETEK…

…AKADÁLYOKAT legyőzni.

nem IGAZ	54	0.8%
inkább nem igaz	248	3.6%
inkább igaz	2458	35.9%
IGAZ	4080	59.6%

...EGYEDÜL játszani.

nem IGAZ	828	12.1%
inkább nem igaz	2556	37.4%
inkább igaz	2071	30.3%
IGAZ	1385	20.2%

...kipróbálni különféle SZEREPEKET.

nem IGAZ	299	4.4%
inkább nem igaz	942	13.8%
inkább igaz	2843	41.6%
IGAZ	2756	40.3%

...újabb és újabb TÁRGYAKAT összegyűjteni.

nem IGAZ	259	3.8%
inkább nem igaz	850	12.4%
inkább igaz	2396	35%
IGAZ	3335	48.8%

...problémákat MEGOLDANI.

nem IGAZ	56	0.8%
inkább nem igaz	273	4%
inkább igaz	2457	35.9%
IGAZ	4054	59.3%

...CSAPATHOZ tartozni, mert így EREDMÉNYESEBB vagyok.

nem IGAZ	496	7.3%
inkább nem igaz	1619	23.7%
inkább igaz	2432	35.6%
IGAZ	2293	33.5%

...REJTETT vagy nehezen megszerezhető tárgyakat keresni.

nem IGAZ	388	5.7%
inkább nem igaz	1039	15.2%
inkább igaz	2184	31.9%
IGAZ	3229	47.2%

...újabb és újabb KIHÍVÁSOKAT keresni.

nem IGAZ	99	1.4%
inkább nem igaz	525	7.7%
inkább igaz	2794	40.8%
IGAZ	3422	50%

20. A kérdőív legnehezebb részén ezennel túljutottál!

Most jöjjenek a JÁTÉK-PLATFORMOKKAL, ill a GameStar magazinnal kapcsolatos kérdések!

Melyik platformon milyen gyakran játszol?

PC

soha	218	3.2%
ritkán	548	8%
gyakran	939	13.7%
mindig	5135	75.1%

PlayStation 3

soha	5410	79.1%
ritkán	973	14.2%
gyakran	306	4.5%
mindig	151	2.2%

PlayStation 4

soha	5614	82.1%
ritkán	625	9.1%
gyakran	237	3.5%
mindig	364	5.3%

PS Vita

soha	6540	95.6%
ritkán	213	3.1%
gyakran	66	1%
mindig	21	0.3%

Xbox 360

soha	4232	61.9%
ritkán	1629	23.8%
gyakran	661	9.7%
mindig	318	4.6%

Xbox One

soha	5898	86.2%
ritkán	550	8%
gyakran	166	2.4%
mindig	226	3.3%

Wii U

soha	6530	95.5%
ritkán	255	3.7%

gyakran	36	0.5%
mindig	19	0.3%

Nintendo DS/3DS

soha	6450	94.3%
ritkán	281	4.1%
gyakran	83	1.2%
mindig	26	0.4%

mobiltelefon

soha	900	13.2%
ritkán	2539	37.1%
gyakran	2287	33.4%
mindig	1114	16.3%

tablet

soha	3953	57.8%
ritkán	1734	25.4%
gyakran	821	12%
mindig	332	4.9%

egyéb

soha	5410	79.1%
ritkán	966	14.1%
gyakran	308	4.5%
mindig	156	2.3%

21. Ha számítógépen/PC-n játszol, akkor milyen gyakran újítasz gépet (PC-t vagy PC-komponenst)? (Opcionális kérdés)

NEM játszom PC-n!	352	5.2%
csak új játék megjelenése esetén	214	3.1%
ritkábban, mint évente	4240	62.2%
évente egyszer	801	11.7%
évente többször	273	4%
Egyéb, éspedig:	941	13.8%
Összes válasz	6821	

22. Általában saját magad építed össze a gépedet vagy kész konfigurációt veszel? (Opcionális kérdés)

egyik sem!	555	8.1%
általában én építem össze a gépem	4095	60%
általában kész konfigurációt veszek	1690	24.8%
Egyéb, éspedig:	482	7.1%

Összes válasz	6822	

23. Általában mennyire fontos, hogy “dobozban” juss hozzá egy játékhoz, nem pedig digitálisan? (Nem kötelező kérdés!) (Opcionális kérdés)

nem fontos	2411	35.9%
kevésbé fontos	2093	31.1%
fontos	1558	23.2%
nagyon fontos	660	9.8%
Összes válasz	6722	

27. Hallottál már a "játékosítás"/"gamification" kifejezésekről?

még nem hallottam a gamification-ről/játékosításról!	3817	55.8%
hallottam már róla, de nem igazán ismerem!	2002	29.3%
ismerem, és nagyon fontosnak tartom a játékosítást!	680	9.9%
ismerem, de szerintem nem annyira fontos dolog ez!	341	5%
Összes válasz	6840	

28. Hogy jobban megismerjük a gamerek világát, az utolsó kérdésblokknál kicsit kitekintünk a JÁTÉKON KÍVÜLI ÉLETRE is: a (1) szabadidős, (2) kommunikációs, (3) kapcsolati és a (4) demográfiai típusú kérdésekkel zárunk.

Milyen SZABADIDŐS tevékenységeket végzel? (több válasz lehetséges)

Beszélgetés, társalgás (személyes, telefonon, interneten)	6102	7.5%
Vendégeskedés, vendégek fogadása	2286	2.8%
Kocsmázás, italozás, baráti társaságban	3469	4.3%
Társas szórakozás (tánc, buli, koncert, bál, néptánc, kártya, társasjáték, sakk stb.)	3997	4.9%
Családi, párkapcsolati tevékenység (családi összejövetel, intim együttlét, ismerkedés, randi)	4643	5.7%
Vallásgyakorlás (ima, elmélkedés, vallási szertartáson, eseményen részvétel)	589	0.7%
Szervezeti, egyesületi tevékenység	756	0.9%
Sportrendezvények látogatása	1796	2.2%
Mozi látogatása	4442	5.5%
Egyéb kulturális intézmények látogatása (színház, komolyzenei koncert, opera,	2425	3%

kiállítás, múzeum, cirkusz, állatkert, stb.)		
Újság, folyóirat, stb. olvasása - papír alapon	2370	2.9%
Újság, folyóirat, stb. olvasása - elektronikus úton (teletext, internet, WAP stb.)	3208	3.9%
Könyvolvasás - papír alapon	3608	4.4%
Könyvolvasás - elektronikus úton (teletext, internet, WAP stb.)	1906	2.3%
Rádió-, magnó-, lemez-, CD-hallgatás	3481	4.3%
Tévénézés, videózás	4708	5.8%
Internetezés	6479	8%
Szobanövények ápolása, öntözése, átültetése, szaporítása stb.	1087	1.3%
Kutya, macska, egyéb házi kedvencek gondozása, sétáltatása, stb.	3366	4.1%
Öntevékeny amatőr művészeti tevékenységek, művészeti jellegű hobbik	1101	1.4%
Fotózás, filmezés	1645	2%
Zenélés	1486	1.8%
Séta, kirakat-, városnézés	2398	3%
Kirándulás, strandolás, természetjárás, horgászat	3054	3.8%
Testedzés, testépítés, konditerem	2172	2.7%
Fitnesz, aerobik, torna, jóga, pilates	497	0.6%
Távgyaloglás, kocogás, futás	953	1.2%
Természetjárás, gyalogos turizmus, tájfutás	1172	1.4%
Kerékpározás (nem közlekedési céllal)	1882	2.3%
Úszás	995	1.2%
Labdarúgás	1396	1.7%
Egyéb sportok	1341	1.7%
Egyéb szabadon végzett tevékenységek, éspedig:	456	0.6%
Összes válasz	81266	

29. Hány olyan BARÁTOD van, akiben megbízol, és akivel szívesen megosztod a legbensőbb gondolataidat?

0	371	5.4%
1	986	14.4%
2	1607	23.5%
3	1544	22.6%
4	968	14.2%
5-7	995	14.5%
8-10	228	3.3%
11-15	52	0.8%

15 fölött	89	1.3%
Összes válasz	6840	

30. Hány olyan "ONLINE BARÁTOD" van, akiben megbízol, akivel szívesen megosztod legbensőbb gondolataidat, de közben személyesen még nem találkoztál vele?

0	4123	60.3%
1	1067	15.6%
2	706	10.3%
3	345	5%
4	215	3.1%
5-7	251	3.7%
8-10	75	1.1%
11-15	20	0.3%
15 fölött	38	0.6%
Összes válasz	6840	

31. Hány olyan személyes BARÁTOD van, akit először az INTERNETEN ISMERTÉL meg (előtte a való életben soha sem találkoztatok), de most már személyesen is ismeritek egymást?

0	3174	46.4%
1	1054	15.4%
2	773	11.3%
3	491	7.2%
4	275	4%
5-7	520	7.6%
8-10	200	2.9%
11-15	66	1%
15 fölött	287	4.2%
Összes válasz	6840	

32. Jött már létre PÁRKAPCSOLATOD olyan személlyel, akit az INTERNETEN ismertél meg?

igen	2188	32%
nem	4652	68%
Összes válasz	6840	

33. Jött már létre PÁRKAPCSOLATOD olyan személlyel, akit valamilyen ONLINE JÁTÉK során ismertél meg?

igen	713	10.4%
nem	6127	89.6%

Összes válasz	6840	

34. A CSALÁDTAGJAID közül játszik valaki az általad játszott online játék(ok)kal? Ha igen, írd be melyik családtagod az (pl. apa, testvér, nagymama, gyermek)

nem	4119	60.2%
igen, éspedig:	2721	39.8%
Összes válasz	6840	

35. Milyen kommunikációs csatornán tartod a kapcsolatot leggyakrabban a barátaiddal/ismerőseiddel? Kérlek, tedd sorrendbe az alábbiakat!

Itt alapvetően a lista első 6 helyezettje közötti sorrend a lényeges!

	Helyezés	Pontok
személyes	1	13797
Közösségi oldalak (pl. Facebook) üzenetküldési lehetőségei (üzenőfalak, megosztások, beépített üzenetküldő szolgálatatások)	2	20492
telefon (mobil, vezetékes)	3	22130
Voip (SKYPE és egyéb voip kliensek)	4	31472
Instant messengerek és chatprogramok (Gtalk [gmail chat], IRC kliensek)	5	34264
e-mail	6	35943
Online játékok belső üzenetküldő lehetőségei (chat, vagy hang/video szolgáltatások)	7	37883
postai levél	8	50175

A helyezés a válaszlehetőség rangsorban betöltött helyét mutatja. A legmagasabb helyezésű válaszlehtőséget értékelték a kitöltők a legmagasabbra. A pontok azt mutatják, hogy ezt a lehetőséget hányan választották. A legfontosabb válaszlehetőség kapta a legkevesebb pontot; a legkevésbé fontos válaszlehetőség a legtöbb pontot.

36. Melyik internetes közösségi oldalon vagy a legaktívabb?

Facebook	5887	86.1%
Google+	95	1.4%
Twitter	69	1%
LinkedIn	15	0.2%
Instagram	97	1.4%
Tumblr	61	0.9%
EGYIKEN SEM vagyok aktív!	546	8%
más közösségi oldal, éspedig:	70	1%
Összes válasz	6840	

37. Milyen gyakorisággal látogatod ezeket a közösségi oldalakat?

Facebook

SOHA	214	3.1%
évi 1-2 alkalom	36	0.5%
2-3 havonta	49	0.7%
havonta	54	0.8%
2-3 hetente	109	1.6%
hetente	293	4.3%
hetente többször	690	10.1%
minden nap	5395	78.9%

Google+

SOHA	2989	43.7%
évi 1-2 alkalom	787	11.5%
2-3 havonta	431	6.3%
havonta	640	9.4%
2-3 hetente	392	5.7%
hetente	625	9.1%
hetente többször	514	7.5%
minden nap	462	6.8%

Twitter

SOHA	4324	63.2%
évi 1-2 alkalom	568	8.3%
2-3 havonta	379	5.5%
havonta	409	6%
2-3 hetente	259	3.8%
hetente	359	5.2%
hetente többször	281	4.1%
minden nap	261	3.8%

LinkedIn

SOHA	6074	88.8%
évi 1-2 alkalom	188	2.7%
2-3 havonta	134	2%
havonta	146	2.1%
2-3 hetente	80	1.2%
hetente	115	1.7%
hetente többször	74	1.1%
minden nap	29	0.4%

Instagram

SOHA	4445	65%
évi 1-2 alkalom	256	3.7%
2-3 havonta	196	2.9%
havonta	243	3.6%

2-3 hetente	198	2.9%
hetente	346	5.1%
hetente többször	468	6.8%
minden nap	688	10.1%

Tumblr

SOHA	5741	83.9%
évi 1-2 alkalom	255	3.7%
2-3 havonta	156	2.3%
havonta	171	2.5%
2-3 hetente	102	1.5%
hetente	126	1.8%
hetente többször	125	1.8%
minden nap	164	2.4%

más közösségi oldal

SOHA	5459	79.8%
évi 1-2 alkalom	184	2.7%
2-3 havonta	116	1.7%
havonta	154	2.3%
2-3 hetente	114	1.7%
hetente	221	3.2%
hetente többször	252	3.7%
minden nap	340	5%

38. Mi a legmagasabb iskolai végzettséged?

kevesebb mint 8 általános	163	2.4%
8 általános	1748	25.6%
szakmunkásképző	520	7.6%
szakközépiskolai érettségi, középfokú technikum	1510	22.1%
gimnáziumi érettségi	1242	18.2%
felsőfokú képesítés	521	7.6%
főiskolai végzettség	598	8.7%
egyetemi végzettség	519	7.6%
doktori fokozat	19	0.3%
Összes válasz	6840	

39. Jelenleg tanuló/diák vagy? (több válasz lehetséges)

jelenleg nem tanulok	3047	43.9%
általános iskolában tanulok	307	4.4%
szakmunkásképző iskolában tanulok	245	3.5%
középiskolában tanulok	1735	25%
felsőfokú képesítést adó képzésben veszek	298	4.3%

részt		
felsőfokú intézményben tanulok	1241	17.9%
doktori iskolában tanulok	64	0.9%
Összes válasz	6937	

40. Jelenleg milyen jellegű munkát végzel? Többet is megjelölhetsz! (több válasz lehetséges)

segédmunkás, betanított munkás	546	6.8%
mezőgazdasági fizikai munkás	76	0.9%
szakmunkás	698	8.7%
kisiparos, kiskereskedő, önálló egyéni vállalkozó	173	2.2%
egyéni gazda, önálló gazdálkodó mezőgazdaságban	38	0.5%
irodai, adminisztratív dolgozó, egyéb szellemi	1012	12.6%
beosztott értelmiségi	628	7.8%
alsóvezető	217	2.7%
középvezető	202	2.5%
felsővezető (legalább 20 beosztottal)	46	0.6%
nyugdíjas	49	0.6%
tanuló	3207	39.9%
háztartásbeli	154	1.9%
munkanélküli	458	5.7%
Egyéb, éspedig:	532	6.6%
Összes válasz	8036	

41. Kikkel élsz együtt?

egyedül élek	484	7.1%
szüleimmel / nagyszüleimmel / testvéremmel élek	4349	63.6%
párkapcsolatban élek (élettársi, házastársi viszony), gyermek nélkül	1063	15.5%
párkapcsolatban élek (élettársi, házastársi viszony), gyermekkel	572	8.4%
csak gyermekemmel élek	37	0.5%
egyéb, éspedig:	335	4.9%
Összes válasz	6840	

42. Mi a családi állapotod?

nőtlen/hajadon (egyedül)	3794	55.5%
nőtlen/hajadon (párkapcsolatban)	2273	33.2%

házas	650	9.5%
elvált	97	1.4%
özvegy	26	0.4%
Összes válasz	6840	

43. Van kedved a későbbiekben is részt venni egy újabb, ilyen témájú kutatásban?

igen, szívesen segítek!	6254	91.4%
nem	59	0.9%
nem tudom	527	7.7%
Összes válasz	6840	

44. Ha érdekel ennek a kutatásnak az eredménye, szeretnéd, hogy elküldjem neked?

igen	6399	93.6%
nem	441	6.4%
Összes válasz	6840	

45. Mennyire tetszett a kérdőív? Kérlek, értékeld 1-5-ös skálán.

Egyáltalán nem		Teljes mértékben
	4.43 / 5	

7. számú melléklet

F-modell (önértékelő játékmotiváció-tipológia) konfirmatív faktoranalízisének főbb lépései

1. A vizsgálat célja és hipotézisei

A disszertáció 1.3. fejezetében főbb vonalakban ismertettem a Játékoslét elnevezésű kutatás céljait, módszertanát és főbb eredményeit. Nagyon röviden összefoglalva azt mondhatjuk, hogy a kutatás célja a videojátékok játékosokra gyakorolt hatásának vizsgálata, valamint a gamification (a játékok és játékmechanimzusok átültetése játékon kívüli környezetbe) működésének a fejtegetése. A 2010 óta tartó kutatás egyik legfontosabb célja és szakmai eredménye annak az újszerű játékostipológiának a megalkotása, mely alapján motivációs szempontból sorolhatjuk be a játékosokat különböző kategóriákba. A *2011 és 2015* között zajló *JátékosLét felmérésben* több mint *30 000 magyarországi játékos* vett részt, és a több tízezernyi adatból markánsan kirajzolódott egy *hét kategóriából* álló *önértékelő játékmotiváció-tipológia*. A 3.3.3. fejezetben részletesen bemutattam a motivációs modell öt évig tartó validálási folyamatát, amelynek utolsó mozzanata a 2015. évi felmérés eredményei alapján történő konfirmatív faktoranalízis elvégzése. Jelen mellékletben ennek az eljárásnak mutatom be a főbb lépéseit.

A 2015. évi kutatás az előző, 2014. évi felmérés eredményeiből (Fromann 2014) indult ki, azzal a feltételezéssel, hogy a faktorok várhatóan ugyanazok vagy nagyon hasonlóak lesznek. A kutatás során feltételeztük, hogy megmutatkoznak korrelációs mintázatok a különböző faktorok között. A 2014. évi felmérésben részt vevő 7 893 játékos válaszainak adataiból az exploratív faktoranalízis az alábbi 8 faktor rajzolta ki *(1. táblázat)*.

1. *Csapatjátékos (9 item)*
2. *Harcos (8 item)*
3. *Fantáziáló (8 item)*
4. *Gyűjtögető (5 item)*
5. *Problémamegoldó (5 item)*
6. *Vezető (5 item)*
7. *Társkereső (4 item)*
8. *Kapcsolattartó (2 item)*

1. táblázat

F-modell – 2014. évi adatok feltáró faktorelemzése után (2015)

Total Variance Explained

Faktorok	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadingsa
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total
1 - CSAPATJÁTÉKOS	2,805	35,069	35,069	2,300	28,755	28,755	1,709
2 - HARCOS	1,259	15,737	50,805	,765	9,568	38,323	1,680
3 - FANTÁZIÁLÓ	1,171	14,637	65,442	,722	9,019	47,342	1,638
4 - GYÜJTŐGETŐ	,905	11,309	76,751				
5 - PROBLÉMAMEGOLDÓ	,564	7,055	83,806				
6 - VEZETŐ	,514	6,424	90,231				
7 - TÁRSKERESŐ	,409	5,111	95,342				
8 - KAPCSOLATTARTÓ	,373	4,658	100,000				

Extraction Method: Maximum Likelihood.

a. When factors are correlated, sums of squared loadings cannot be added to obtain a total variance.

Pattern Matrixa

	Factor		
	1	2	3
1 - CSAPATJÁTÉKOS	,074	,021	,715
2 - HARCOS	,801	,053	-,146
3 - FANTÁZIÁLÓ	,054	,503	,090
4 - GYÜJTŐGETŐ	,025	,707	-,153
5 - PROBLÉMAMEGOLDÓ	-,077	,687	,135
6 - VEZETŐ	,737	-,019	,140
7 - TÁRSKERESŐ	,305	-,060	,151
8 - KAPCSOLATTARTÓ	-,023	-,009	,759

Extraction Method: Maximum Likelihood.
Rotation Method: Promax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 5 iterations.

2. Vizsgálati eljárás és a vizsgálati eszközök

A kutatás alábbiakban bemutatott célcsoportját jelentő játékosok az *interneten* elérhető, *magyarországi játékos közösségek* köreiből kerültek ki, akik egy *online kérdőíves* felületen (http://www.kerdoivem.hu/kerdoiv/783987267/) keresztül szolgáltattak adatokat.

- *Elsődleges célcsoport*:
  1. *Sokszereplős online szerepjátékok* (MMORPG: *massively multiplayer online role-playing games*) játékosai.
- *Kontrollcsoportok*:
  2. *Sokszereplős online stratégiai játékok* (MMORTS: *massively multiplayer online real-time strategy games*) játékosai.
  3. *Fórum alapú szerepjátékok* (FRPG: *Forum based role playing games*) játékosai.
  4. *Asztali szerepjátékok* (RPG: *role playing games*) játékosai.
  5. *Élő szerepjátékok* (LARP: *Live action role-playing games*) játékosai.

Az adatfelvétel *2015. december 11 és december 31.* között zajlott, és *100.000 Ft,- értékű nyeremény* volt az egyik olyan motivációs tényező, hogy erre a nehéznek és hosszúnak számító kérdőívre megfelelő kitöltésszám szülessen. A 2015. évi kérdőív az interneten, közel 100 helyen (honlapok, fórumok, Facebook-csoportok, levelezőlisták, stb.) került meghirdetésre, amelyből kiemelkedő jelentőségű a két „indító" hír, a *GameStar Magazin*[123] és a *JátékosLét Portál*[124] felhívása.

[123] http://www.gamestar.hu/gamification/jatekoslet-kerdoiv-2015-gamer-kutatas-171088.html (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)
[124] http://jatekoslet.hu/news.php?extend.58 (az utolsó megtekintés időpontja: 2016.01.31.)

Az átlagosan 15-20 percig tartó, 48 kérdésből álló online kérdőív játékmotiváció-tipológiára vonatkozó része a 2014. évi eredmények alapján kirajzolódó exploratív faktoranalízis 8 faktorának alábbi 46 kérdéséből állt. A lenti állításokat a játékosoknak egy 4-fokú Likert-skálán kellett értékelni.

A JÁTÉK SORÁN…
13) ...főleg az IZGALMAT, az adrenalint keresem.
14) ...a KÖZÖS CÉL elérésére törekszem.
13) ...csak a HARC érdekel.
13) ...csapaton belül mindig EGYÜTTMŰKÖDŐ vagyok.
13) ...keresem a lehetőséget a SZEXUÁLIS kalandokra.
14) ...MÁSOKBAN általában VETÉLYTÁRSAT látok.
14) ...minél több játékost LEGYŐZNI, annál JOBB számomra a játék.
14) ...keresem a lehetőséget ROMANTIKUS együttlétre.
13) ...igyekszem JOBB lenni a többieknél.
14) ...sokszor keresem azokat a lehetőségeket, hogy HARCOLJAK.

A játék során FONTOS NEKEM, hogy…
15) ...KALANDOKAT éljek meg.
15) ...VEZETŐ legyek, hogy ezzel HATÉKONYABB legyen a csapat.
15) ...a játékos KARAKTEREMET/avatáromat irányíthatom.
15) ...BESZÉLGETNI tudjak azokkal, akikkel RITKÁN találkozom.
15) ...ismert és ELISMERT legyek a játékosok körében.
15) ...tudjak ismerkedni, PÁRKAPCSOLATOT létesíteni.
15) ...ne csak legyőzzem, hanem meg is SEMMISÍTSEM az ellenfeleimet.
15) ...CSAPATHOZ csatlakozzam, mert JÓ érzés MÁSOKKAL lenni.
15) ...HÍRNEVEM legyen.
15) ...egy FANTÁZIA világba kerülhessek, ahol egy másik világot élhetek meg.
15) ...meghatározó legyen a VÉLEMÉNYEM a játékosok körében.

A játék során FONTOS NEKEM, hogy…
16) ...minél jobb és érdekesebb felszereléseket, TÁRGYAKAT gyűjtsek.
16) ...TARTHASSAM a KAPCSOLATOT a barátaimmal.
16) ...legyenek LOGIKAI-STRATÉGIAI feladatok, kihívások.
16) ...másokat LEGYŐZZEK.
16) ...az ÚJ/ismeretlen VILÁGOKAT fedezzek fel.
16) ...egy KÖZÖSSÉG tagja lehetek.
16) ...minél több PONTOT szerezzek, minél magasabb SZINTET érjek el.
16) ...átéljem, milyen lehet egy MÁSIK VILÁGBAN élni.
16) ...segíthessek CSAPATTÁRSAIMNAK.
16) ...a KARAKTEREMET fejleszthessem.

A játékban SZERETEM, ha…
17) ...ha kiélhetem a saját FANTÁZIÁMAT.
17) ...VEZETŐ szerepet vállalhatok.

17) …alkalmam van lányokkal/fiúkkal ismerkedni
17) ...CSAPATBAN játszom, nem egyedül.
17) ...PRÓBÁRA tehetem magam.
17) ...egy JÓ TÖRTÉNETET átélhetek.
17) ...ha a csapatban mindenki HASZNOS TAG tud lenni.

A játékban SZERETEK…
18) ...AKADÁLYOKAT legyőzni.
18) ...EGYEDÜL játszani.
18) ...kipróbálni különféle SZEREPEKET.
18) ...újabb és újabb TÁRGYAKAT összegyűjteni.
18) ...problémákat MEGOLDANI.
18) ...CSAPATHOZ tartozni, mert így EREDMÉNYESEBB vagyok.
18) ...REJTETT vagy nehezen megszerezhető tárgyakat keresni.
18) ...újabb és újabb KIHÍVÁSOKAT keresni.

A fentiekben bemutatott itemek a nyolc faktor szerint rendeződve az alábbiak szerint néznek ki. Fontosnak tartottam, hogy a kérdéscsoportok lehetőleg minden faktorból tartalmazzanak legalább 1-1 állítást.

F1 CSAPATJÁTÉKOS
17) ...CSAPATBAN játszom, nem egyedül.
18) ...CSAPATHOZ tartozni, mert így EREDMÉNYESEBB vagyok.
15) ...CSAPATHOZ csatlakozzam, mert JÓ érzés MÁSOKKAL lenni.
18) ...EGYEDÜL játszani.
16) ...egy KÖZÖSSÉG tagja lehetek.
16) ...segíthessek CSAPATTÁRSAIMNAK.
14) ...a KÖZÖS CÉL elérésére törekszem.
17) ...ha a csapatban mindenki HASZNOS TAG tud lenni.
13) ...csapaton belül mindig EGYÜTTMŰKÖDŐ vagyok.

F2 HARCOS
14) ...minél több játékost LEGYŐZNI, annál JOBB számomra a játék.
14) ...sokszor keresem azokat a lehetőségeket, hogy HARCOLJAK.
16) ...másokat LEGYŐZZEK.
13) ...csak a HARC érdekel.
15) ...ne csak legyőzzem, hanem meg is SEMMISÍTSEM az ellenfeleimet.
14) ...MÁSOKBAN általában VETÉLYTÁRSAT látok.
13) ...főleg az IZGALMAT, az adrenalint keresem.
13) ...igyekszem JOBB lenni a többieknél.

F3 FANTÁZIÁLÓ
15) ...egy FANTÁZIA világba kerülhessek, ahol egy másik világot élhetek meg.
16) ...átéljem, milyen lehet egy MÁSIK VILÁGBAN élni.

16) ...az ÚJ/ismeretlen VILÁGOKAT fedezzek fel.
17) ...ha kiélhetem a saját FANTÁZIÁMAT.
18) ...kipróbálni különféle SZEREPEKET.
15) ...KALANDOKAT éljek meg.
17) ...egy JÓ TÖRTÉNETET átélhetek.
15) ...a játékos KARAKTEREMET/avatáromat irányíthatom.

F4 GYÜJTŐGETŐ
18) ...újabb és újabb TÁRGYAKAT összegyűjteni.
16) ...minél jobb és érdekesebb felszereléseket, TÁRGYAKAT gyűjtsek.
16) ...a KARAKTEREMET fejleszthessem.
18) ...REJTETT vagy nehezen megszerezhető tárgyakat keresni.
16) ...minél több PONTOT szerezzek, minél magasabb SZINTET érjek el.

F5 PROBLÉMAMEGOLDÓ
18) ...problémákat MEGOLDANI.
18) ...AKADÁLYOKAT legyőzni.
18) ...újabb és újabb KIHÍVÁSOKAT keresni.
17) ...PRÓBÁRA tehetem magam.
16) ...legyenek LOGIKAI-STRATÉGIAI feladatok, kihívások.

F6 VEZETŐ
15) ...ismert és ELISMERT legyek a játékosok körében.
15) ...HÍRNEVEM legyen.
17) ...VEZETŐ szerepet vállalhatok.
15) ...VEZETŐ legyek, hogy ezzel HATÉKONYABB legyen a csapat.
15) ...meghatározó legyen a VÉLEMÉNYEM a játékosok körében.

F7 TÁRSKERESŐ
14) ...keresem a lehetőséget ROMANTIKUS együttlétre.
13) ...keresem a lehetőséget a SZEXUÁLIS kalandokra.
15) ...tudjak ismerkedni, PÁRKAPCSOLATOT létesíteni.
17) …alkalmam van lányokkal/fiúkkal ismerkedni

F8 KAPCSOLATTARTÓ
16) ...TARTHASSAM a KAPCSOLATOT a barátaimmal.
15) ...BESZÉLGETNI tudjak azokkal, akikkel RITKÁN találkozom.

3. A felmérésben részt vevők

A 2015. évi JátékosLét-kérdőívet *6 840 játékos töltötte ki* érvényesen, amelynek 87,9%-a férfi (6 009 fő) és 12,1%-a nő (831 fő), ami továbbra is óriási különbségre mutat rá (2. táblázat). A kérdőívet kitöltő játékosok átlagos életkora *23,8 év* (3. táblázat).

2. táblázat

A kitöltő neme (Férfi = 1, Nő = 2)

		Gyakoriság	Százalékos arány	Érvényes százalékos arány	Kumulált százalékos arány
Érvényes	férfi	6 009	87,9	87,9	87,9
	nő	831	12,1	12,1	100,0
	Összes	6967	100,0	100,0	

3. táblázat

Életkor

		A kitöltő **életkora**	A kitöltő **neme** *(Férfi = 1, Nő = 2)*
Kitöltők száma	**Érvényes**	**6 840**	**6 840**
	Törölt	0	0
Számtani középérték		23,80	
Medián		22,00	
Módusz		20	
Std. Deviation		8,372	
Minimum		14	
Maximum		75	
Percentiles	*20*	*17,00*	
	25	*18,00*	
	40	*20,00*	
	50	*22,00*	
	60	*24,00*	
	75	*27,00*	
	80	*29,00*	

4. Adatok feldolgozása és értelmezése

A 2015. évi eredmények feldolgozásának első lépéseként faktoranalízis segítségével vizsgáltuk az itemek eloszlási tendenciáit. A kérdőív korábbi verziójában megadott itemek 8 faktor között rendeződtek el. A kapott adatok feldolgozása előtt feltételeztük, hogy a 2015. évi felmérés esetében is hasonlóképpen fog megmutatkozni a fentiekben bemutatott 8 faktor. Az előző pontban felsorolt itemek mentén kapott válaszok vonatkozásában megnéztük a *Kaiser-Meyer-Orlin* mutató értéket, amely *0,906*, bizonyítva azt, hogy az adatok alkalmasak faktoranalízis elvégzésére. A *Cronbach alfa* érték *0,88* lett, ami azt jelenti, hogy biztonságosan használható a teszt – prediktív értékekkel bír (4. táblázat).

4. táblázat

Cronbach alfa érték

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,888	,889	46

A faktoranalízis elvégzését követően megállapítható, hogy hipotézisünk beigazolódott, a 2014. évben meghatározott nyolc faktorból hét faktor megerősítésre került, viszont egy faktor („*kapcsolattartó*”) azonban kiesett a 2015. évi konfirmatív eljárás során. (1) *Csapatjátékos*, (2) *Harcos*, (3) *Fantáziáló*, (4) *Gyűjtögető*, (5) *Problémamegoldó*, (6) *Vezető*, (7) *Társkereső*. A varimax rotációs faktormátrix eredményeit szemlélteti az 5. táblázat.

5. táblázat

Forgatás utáni faktormátrix

	Forgatás utáni faktor mátrix[a]									
		Faktorok								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	főleg az IZGALMAT, az adrenalint keresem	0,096	0,103	0,156	-0,01	0,174	0,023	0,004	0,125	0,61
2	a KÖZÖS CÉL elérésére törekszem.	0,656	0,019	0,002	0,029	0,114	0,004	-0,07	0,128	0,085
3	csak a HARC érdekel.	0,003	0,012	0,259	0,1	-0,07	0,02	0,026	0,046	0,71
4	csapaton belül mindig EGYÜTTMŰKÖDŐ vagyok.	0,586	0,055	-0,01	0,118	0,095	-0	-0,25	0,053	-0,17
5	keresem a lehetőséget a SZEXUÁLIS kalandokra.	-0,07	0,111	0,111	0,022	-0,06	0,819	-0,12	0,095	0,038
6	MÁSOKBAN általában VETÉLYTÁRSAT látok.	-0,06	0,015	0,739	-0,04	0,052	0,057	0,017	0,047	0,058
7	minél több játékost LEGYŐZNI, annál JOBB számomra a játék.	0,019	-0,06	0,788	0,032	-0,04	0,031	0,048	0,038	0,249
8	keresem a lehetőséget ROMANTIKUS együttlétre.	-0,06	0,11	0,046	0,004	-0,01	0,855	-0,05	0,07	0,004
9	igyekszem JOBB lenni a többieknél.	0,124	-0,02	0,709	0,058	0,1	0,016	0,015	0,174	-0,04
10	sokszor keresem azokat a lehetőségeket, hogy HARCOLJAK.	0,056	0,086	0,502	0,075	0,006	0,054	-0	0,072	0,609
11	KALANDOKAT éljek meg.	0,069	0,619	-0,06	0,071	0,186	0,041	-0,09	0,106	0,242
12	VEZETŐ legyek, hogy ezzel HATÉKONYABB legyen a csapat.	0,166	0,014	0,174	-0,02	0,084	0,058	0,078	0,829	0,157
13	a játékos KARAKTEREMET/avatáromat irányíthatom.	0,159	0,48	0,038	0,357	-0,05	0,066	0,02	0,106	0,123
14	BESZÉLGETNI tudjak azokkal, akikkel RITKÁN találkozom.	0,538	0,102	-0,12	-0,01	0,081	0,171	0,498	-0,07	0,103
15	ismert és ELISMERT legyek a játékosok körében.	0,279	-0,01	0,371	0,12	0,034	0,058	0,593	0,333	-0,02
16	tudjak ismerkedni, PÁRKAPCSOLATOT létesíteni.	0,136	0,067	0,047	0,014	-0,01	0,704	0,331	-0,02	0,038
17	ne csak legyőzzem, hanem meg is SEMMISÍTSEM az ellenfeleimet.	-0,05	0,025	0,501	0,117	-0,06	0,152	0,175	0,056	0,35
18	CSAPATHOZ csatlakozzam, mert JÓ érzés MÁSOKKAL lenni.	0,79	0,031	0,052	0,007	0,039	0,019	0,172	0,026	0,054
19	HÍRNEVEM legyen.	0,163	0,002	0,423	0,122	-0	0,069	0,55	0,361	0,002
20	egy FANTÁZIA világba kerülhessek, ahol egy másik világot élhetek meg.	-0,08	0,798	0,04	0,075	-0,04	0,046	0,143	-0,06	-0,07
21	meghatározó legyen a VÉLEMÉNYEM a játékosok körében.	0,293	0,104	0,29	0,1	0,048	0,06	0,502	0,386	-0,01
22	minél jobb és érdekesebb felszereléseket, TÁRGYAKAT gyűjtsek.	0,037	0,193	0,017	0,803	0,073	0,023	0,047	-0	0,056
23	TARTHASSAM a KAPCSOLATOT a barátaimmal.	0,65	0,056	-0,09	0,031	0,108	0,123	0,437	-0,09	0,104
24	legyenek LOGIKAI-STRATÉGIAI feladatok, kihívások.	0,088	0,108	-0,1	0,035	0,634	-0,02	0,053	0,03	-0,06
25	másokat LEGYŐZZEK.	0,049	-0,04	0,741	0,088	0,031	0,027	0,089	0,099	0,307
26	az ÚJ/ismeretlen VILÁGOKAT fedezzek fel.	-0,03	0,72	-0,05	0,259	0,147	0,018	0,034	-0,03	0,002
27	egy KÖZÖSSÉG tagja lehetek.	0,757	0,071	0,006	0,049	0,073	0,031	0,297	0,02	0,027
28	minél több PONTOT szerezzek, minél magasabb SZINTET érjek el.	0,11	-0,02	0,384	0,599	0,081	-0,03	0,035	0,048	0,014
29	átéljem, milyen lehet egy MÁSIK VILÁGBAN élni.	-0,05	0,833	0,032	0,097	0,033	0,058	0,104	-0,05	-0,04
30	segíthessek CSAPATTÁRSAIMNAK.	0,774	0,075	-0,01	0,105	0,153	0,021	-0,01	0,066	-0,04
31	a KARAKTEREMET fejleszthessem.	0,106	0,331	0,093	0,684	0,044	0,013	-0,05	0,017	0,035
32	ha kiélhetem a saját FANTÁZIÁMAT.	-0,01	0,682	0,019	0,063	0,113	0,097	0,068	0,087	0,041
33	VEZETŐ szerepet vállalhatok.	0,15	0,049	0,193	0	0,098	0,077	0,123	0,824	0,101
34	alkalmam van lányokkal/fiúkkal ismerkedni	0,342	0,113	0,045	0,024	0,041	0,533	0,356	-0	0,062
35	CSAPATBAN játszom, nem egyedül.	0,822	-0,09	0,075	-0,03	0,03	0,008	0,096	0,061	0,078
36	PRÓBÁRA tehetem magam.	0,269	0,099	0,221	0,02	0,596	-0,03	0,059	0,032	0,066
37	egy JÓ TÖRTÉNETET átélhetek.	0,045	0,674	-0,07	0,058	0,201	0,035	-0,12	-0	-0,01
38	ha a csapatban mindenki HASZNOS TAG tud lenni.	0,69	0,071	0,142	0,091	0,144	0,018	-0,09	0,111	-0,08
39	AKADÁLYOKAT legyőzni.	0,134	0,166	0,097	0,09	0,723	-0,03	-0,04	0,018	0,088
40	EGYEDÜL játszani.	-0,64	0,22	-0,03	0,096	0,119	0,052	-0,1	-0,04	-0,06
41	kipróbálni különféle SZEREPEKET.	0,028	0,596	0,006	0,148	0,225	0,062	-0,04	0,009	0,027
42	újabb és újabb TÁRGYAKAT összegyűjteni.	-0,02	0,205	-0	0,824	0,16	0,017	0,017	-0,03	0,021
43	problémákat MEGOLDANI.	0,064	0,159	-0,04	0,144	0,725	0,031	-0,05	0,074	-0,06
44	CSAPATHOZ tartozni, mert így EREDMÉNYESEBB vagyok.	0,819	-0,03	0,049	0,037	0,091	0,002	0,126	0,078	0,047
45	REJTETT vagy nehezen megszerezhető tárgyakat keresni.	0,001	0,175	-0,06	0,645	0,334	0,019	0,12	-0,01	0,029
46	újabb és újabb KIHÍVÁSOKAT keresni.	0,055	0,157	0,068	0,276	0,67	-0,03	0,064	0,045	0,114

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 9 iterations.

A *főkomponens* elemzés során kapott *7 faktor* összesen *55,7% -át magyarázza a varianciának*. Ebből az első faktor a variancia 18,5%-át magyarázza, a második 11,5%-át, a harmadik 9,2%-át, a negyedik 5,6%-át, az ötödik 4,0%-át, a hatodik 3,6-át, a hetedik, és egyben utolsó faktor pedig a 3,2%-át (6. táblázat).

6. táblázat

Megmagyarázott teljes variancia-hányad

Komponensek	Kezdeti értékek			Faktoranalízis utáni értékek			Rotáció utáni értékek		
	Saját érték	Faktor által megmagyarázott varianciahányad %	Összesített varianciahányad %	Saját érték	Faktor által megmagyarázott varianciahányad %	Összesített varianciahányad %	Saját érték	Faktor által megmagyarázott varianciahányad %	Összesített varianciahányad %
1	8,491	18,46	18,46	8,491	18,46	18,46	6,111	13,284	13,284
2	5,294	11,508	29,968	5,294	11,508	29,968	4,228	9,192	22,476
3	4,254	9,247	39,215	4,254	9,247	39,215	3,606	7,839	30,315
4	2,603	5,658	44,873	2,603	5,658	44,873	3,05	6,63	36,945
5	1,878	4,084	48,957	1,878	4,084	48,957	2,763	6,006	42,951
6	1,643	3,572	52,529	1,643	3,572	52,529	2,316	5,035	47,985
7	1,458	3,168	**55,697**	1,458	3,168	55,697	1,982	4,31	52,295

Főkomponens elemzés

A dolgozat 3.3.3. fejezetében tételesen bemutatom a faktoranalízis során kapott 7 faktorhoz tartozó 42 itemet, amelyet a 28. táblában foglalok össze

Faktorok közötti korreláció

A faktorok között esetlegesen fennálló kapcsolatok feltárása céljából *Pearson-féle* kapcsolatvizsgálatot néztem (7. táblázat). A faktorok közötti túlzott hasonlóság a korrelációs vizsgálatok esetében elkerülendő, hiszen így a mért konstruktumok nehezen disztingvitálhatóak. A 2015. évi felmérés során megmutatkozó korrelációk elfogadhatónak tekinthetőek, így a faktorok egymástól megfelelően elkülöníthetővé válnak. Szignifikáns kapcsolat mutatkozott meg a *csapatjátékos* és a *problémamegoldó* faktor között (r= .366, p<0,01), a *csapatjátékos* és a *vezető* esetében (r= .412, p<0,01), a *fantáziáló* és a *gyűjtögető* vonatkozásában (r= .429, p<0,01), a *problémamegoldó* és a *gyűjtögető* relációjában (r= .299, p<0,01), továbbá a *fantáziáló* és a *problémamegoldó* tekintetében (r= .306, p<0,01), valamint a *vezető* és a *harcos* faktora között (r= .479, p<0,01). Ez a korrelációs eredmény tökéletesen megismétli a 2014. évi adatokat, tekintve, hogy pontosan ugyanez a 6 szignifikáns kapcsolat jött ki az elemzés során.

7. táblázat

Faktorok közötti korreláció

Korreláció		1 -Csapatjátékos	2 - Fantáziáló	3 - Harcos	4 - Gyűjtögető	5 - Problémamegoldó	6 - Társkereső	7 - Vezető	Életkoricsop	végzettségek	A kitöltő neme (Férfi = 1, Nő = 2)	Milyen GYAKORISÁGGAL játszol videojátékokkal?	Jellemzően HÁNY ÓRÁT játszol egy NAP videojátékkal?
1 - Csapatjátékos		1	,124**	,092**	,183**	,366**	,212**	,412**	-,248**	-,221**	-,071**	,203**	,215**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
2 - Fantáziáló		,124**	1	,045**	,429**	,306**	,217**	,102**	-,083**	-0,023	0,009	0,024	,117**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0	0	0	0,053	0,442	0,05	0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
3 - Harcos	Pearson Correlation	,092**	,045**	1	,195**	,086**	,176**	,479**	-,176**	-,144**	-,164**	,082**	,116**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0	0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
4 - Gyűjtögető		,183**	,429**	,195**	1	,299**	,091**	,198**	0,009	-,052**	,056**	,126**	,154**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0	0	0,458	0	0	0	0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
5 - Problémamegoldó	Pearson Correlation	,366**	,306**	,086**	,299**	1	,065**	,207**	-,039**	-,036**	-0,018	,125**	,107**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0	0,001	0,003	0,142	0	0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
6 - Társkereső	Pearson Correlation	,212**	,217**	,176**	,091**	,065**	1	,284**	-,163**	-,160**	-,087**	,078**	,159**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
7 - Vezető	Pearson Correlation	,412**	,102**	,479**	,198**	,207**	,284**	1	-,201**	-,155**	-,112**	,167**	,206**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
Életkori csop	Pearson Correlation	-,248**	-,083**	-,176**	0,009	-,039**	-,163**	-,201**	1	,627**	,136**	-,098**	-,175**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0,458	0,001	0	0		0	0	0	0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
végzettségek	Pearson Correlation	-,221**	-0,023	-,144**	-,052**	-,036**	-,160**	-,155**	,627**	1	,078**	-,138**	-,200**
	Sig. (2-tailed)	0	0,053	0	0	0,003	0	0	0		0	0	0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
A kitöltő neme (Férfi = 1, Nő = 2)	Pearson Correlation	-,071**	0,009	-,164**	,056**	-0,018	-,087**	-,112**	,136**	,078**	1	-,067**	-0,019
	Sig. (2-tailed)	0	0,442	0	0	0,142	0	0	0	0		0	0,116
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
Milyen GYAKORISÁGGAL játszol videojátékokkal?	Pearson Correlation	,203**	0,024	,082**	,126**	,125**	,078**	,167**	-,098**	-,138**	-,067**	1	,332**
	Sig. (2-tailed)	0	0,05	0	0	0	0	0	0	0	0		0
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840
HÁNY ÓRÁT játszol egy NAP videojátékkal?	Pearson Correlation	,215**	,117**	,116**	,154**	,107**	,159**	,206**	-,175**	-,200**	-0,019	,332**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,116	0	
	N	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840	6840

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).