

Videójátéktól a munka világáig

A videójáték-kutatás egyik közkedvelt területe a különböző játékostipológiák fel- térképezése. Az ehhez kapcsolódó kutatások célja rendszerint az, hogy bemutassák a játékok mögött meghúzódó motivációs erőket, valamint kategorizálva, jól értelmezhető modellekbe ágyazva prezentálják ezeket. Jelen tanulmány két, egymáshoz szorosan kapcsolódó elméleti konstruktumot ismertet. Az első a JátékosLét Kutatóközpont által végzett kutatás eredményeként megalkotott F-modell, mely a videójátékosok motivációs dimenziói mentén kialakított tipológiát mutatja be, a második pedig a Szervezeti Személyiség Profil, az F-modell munkahelyi környezetbe ágyazott verziója.

Kulcsszavak: játékkutatás, játékosítás, F-Modell, Szervezeti Személyiség Profil (SzSzP)

Szerzői információ:

Fromann Richárd, PhD, szociológus, kutató, a JátékosLét Kutatóközpont alapítója és vezetője, a Digitális Jólét Koordinációs Központ vezetője. Doktori titulását a játékkutatás és a játékosítás témájában szerezte, az ELTE TÁTK Szociológiai Doktori Iskola keretén belül 2017-ben. Nevéhez kötődik a legnagyobb hazai, játékosokra irányuló kutatás (JátékosLét Kutatás), amely 2011 óta folyamatosan fut, több mint 50.000 kitöltéssel.

Damsa Andrei, pszichológus, kutató, a JátékosLét Kutatóközpont szakmai vezetője, valamint a Digitális Jólét Koordinációs Központ vezető helyettese. Diplomáját 2013-ban szerezte a Pécsi Tudományegyetemen, ahol jelenleg is végzi doktori tanulmányait. Főbb kutatási területei a játékosítás, a játékkutatás, a motiváció, és a digitális kompetenciafejlesztés köré csoportosulnak.

Így hivatkozzon erre a cikkre:

Fromann Richárd, Damsa Andrei, „Videójátéktól a munka világáig”.

Információs Társadalom XVIII, 1. szám (2018): 18–25.

<https://dx.doi.org/10.22503/inftars.XVIII.2018.1.2>

A folyóiratban közölt művek

a Creative Commons Nevezd meg! – Ne add el! – Így add tovább! 4.0

Nemzetközi Licenc feltételeinek megfelelően használhatók.

Videójátékoktól a munka világáig – játékosipológiák és munkahelyi motiváció

Jane McGonigal, a játékok motivációs hatásmechanizmusát felhasználó *gamification* egyik kiemelkedő képviselője szerint a videójátékok óriási segítséget és megoldást jelenthetnek az élet egyéni és globális problémáira. Véleménye szerint a jó játékok olyan alapvető emberi szükségleteket elégítenek ki, amelyek hozzájárulhatnak az egyéni személyiségfejlődéshez is (McGonigal 2011). Hosszú évek tapasztalata, hogy a videójátékok jelentős része fejleszti a felhasználók komplex problémamegoldó készségeit, így a játékok nem csupán öncélú szórakozást nyújtanak a „felhasználók” számára, hanem kifejezetten hasznosak lehetnek az élet különböző területein is (Hamari et al. 2014). A virtuális világokban videójátékosok milliói töltenek el átlagosan heti húsz órát online játékokkal (Fromann 2017), amelyekben – a való élethez hasonlóan – „munkavégzés” történik, és folyamatosan olyan feladatokat kell megoldaniuk, amelyeket nagy élvezettel és örömmel tesznek. Ez gyakorlatilag olyan, mintha a játékosok a főállásuk mellett egy részmunkaidős állásban is tevékenykednének. Az utóbbi években a videójátékokról egyre pozitívabb vonatkozásban beszélnek (Granic et al. 2014), így már nem csupán problémás, patológiás tevékenységként (különösen a függőség, agresszivitás és a társas izoláció kérdésében) kezelik, hanem egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek a játékok pozitív hatásainak a vizsgálatára (Tran 2018). Ebben a folyamatban jelentős szerepet játszott a játékosítás elterjedése (Fromann 2017), mivel a gamifikáció elemi szinten használja fel a játékok kognitív és szociális kompetenciákra gyakorolt fejlesztő hatásait, különösen a játékokban rejlő motivációs erőket.

A játékok motivációs hátterére irányuló vizsgálatok terén kiemelkedő elméleti konstruktum a Csíkszentmihályi Mihály (Csíkszentmihályi 2009) nevéhez köthető flow-elmélet. Ahhoz, hogy a játék be tudja vonzani és bent tudja tartani a játékost, elengedhetetlen a flow élményének kialakítása. Ez jellemzően egy olyan állapotot takar, melyben a személy annyira belemerül az adott feladatba, hogy megszűnik számára a külvilág és az idő, fókuszában a cselekvés, az alkotás és a kihívások legyőzése áll. Rendszerint ez az állapot akkor jön létre, ha olyan feladattal találkozunk, melynek megoldására képesek vagyunk, ugyanakkor már feleslegeti kompetenciáink határait (úgymond kellemben frusztráló). A játéktervezők fokozott figyelmet fordítanak arra, hogy a játékokban megjelenő feladatok nehézségi fokai megfelelően növekedjenek a játékos tanulási és egyéb elsajátítási folyamataihoz mérten. A játékosítás során is kiemelkedően fontos, hogy képesek legyünk biztosítani a flow-élmény létrejöttéhez szükséges elemeket, mechanizmusokat, és hogy a felhasználók egyértelmű szabályok között, világos célokért, a készségeiket folyamatosan fejlesztve tevékenykedjenek, úgy, hogy közben folyamatos visszajelzést kapjanak a felhalmozott pontszámaikról, jelvényeikről, és pontosan lássák a ranglistán elfoglalt helyüket.

Amint az már említésre került, a flow fogalma horizontálisan jelenik meg a játéktervezés mechanizmusában. Egyrészt célként, másrészt pedig – elemeire bontva – vezérfonalként. A játékokban rejlő motivációs erőket azonban más szemszögből is meg

lehet közelíteni. A személyiségmodellekhez hasonlóan fel lehet vázolni olyan tipológiákat is, amelyek motivációs tényezők mentén osztják fel a játékosokat különböző kategóriákba. Ezek közül hármat említünk meg, a Bartle-tipológiát, Yee modelljét, valamint az F-modellt.

Bartle-tipológia

Bartle a játékok mögött lévő motivációs erőkre vonatkozó kutatásait a '80-as években kezdte meg, megfigyeléseit a MUD játékok fejlesztése során gyűjtve. Ezek a játékok már RPG (Role-Playing Game) videojátékok voltak, amelyek lehetőséget biztosítottak a játékosoknak a kalandok átélésére, a karakterek fejlesztésére, valamint a játék alakulását befolyásoló döntések meghozatalára, illetve közösségek építésére, viszont a kor technológiai szintjének megfelelően csupán szöveges, illetve később minimális vizuális segítséggel. A több éves kutatási és játékfejlesztési folyamat során Bartle négy olyan játékos típust különített el, melyek kellőképpen leírják a játékosok motivációs dimenzióit (Bartle 1996).

Felfedező: A felfedező kategóriába tartoznak azok a játékosok, akik azért játszanak, hogy feltárják a játék világát, megoldják a különböző rejtvenyeket és megfejtsék a titkokat. Jellemzően az explorációs vagy vezérli őket és – ebből kifolyóan – nehezen viselik, ha időkorlátok közé vannak szorítva (például, ha egy pályán egy adott idő alatt kell végigmenniük).

Szocializáló: A társaságiak csoportjába sorolandók azok a személyek, akik a csapatban való működésért, az ismerkedésért, valamint a kapcsolatteremtésért játszanak. Ők azok a játékosok, akiknek rendkívül fontos, hogy valamilyen csapathoz, céhhez vagy klánhoz tartozzanak. Számukra nem feltétlen a játékon, hanem magán a játékoson van a hangsúly. Céljuk minél több barátot szerezni, és minél több időt társaságban tölteni.

Teljesítő: A teljesítők közé tartoznak azok a játékosok, akiknek az a céljuk, hogy minél eredményesebbek legyenek, megszerezzék a különböző jutalmakat, valamint magukénak tudhassák a legjobb felszereléseket és tárgyakat. A ranglista elejére akarnak kerülni, és magasan motiválja őket az, hogy az adott játékban mások fölé emelkedve ők legyenek a legjobbak.

Gyilkos: Az első ránézésre pejoratív értelemmel bíró elnevezés valójában a játékmechanikában fontos szerepet betöltő csoportot fed. A gyilkos vagy romboló kategóriába tehetőek azok a személyek, akiknek az a céljuk, hogy legyőzzék, elpusztítsák vagy megsemmisítsék a többi játékost. Provokáló, bosszantó magatartás jellemzi őket, sokszor „húzzák fel” csapattársaikat. Mindezek ellenére gyakran kerülnek vezetői pozícióba, valamint sok esetben ők azok, akik hatékonyan fel tudják tární egy adott játék hibáit.

A Bartle által felvázolt típusok jól értelmezhetően mutatják be a játékosok kategorizálási lehetőségeit. A modellt az eredeti koncepcióhoz képest az idő múlásával bővítették (jellemzően a négy kategória keverésével), így olyan típusok is bekerültek, mint például a politikus vagy a hacker (Bartle 2003).

Yee-modell

Yee (Bartle-hez hasonlóan) kiemelkedő alakja a játékkutatás azon területének, amely a motivációval foglalkozik. A Daedalus Project¹ keretén belül hat év alatt 27 online kérdőívet tett közzé különböző témakörökben, a válaszadók anonim módon, önkéntesen közöltek adatokat. A hat év alatt mintegy 40 000 válasz érkezett be. A Daedalus Project értéke, hogy elsőként gyűjtött nagy mennyiségű adatot MMO játékosokról, kritikája (melyet a szerző is kiemel), hogy kitöltői elkötelezett játékosok (Yee 2005). A megalkotásra kerülő motivációs tipológia alapját az előzőleg bemutatott Bartle-féle modell jelentette, azonban Yee számos, egyrészt saját, másrészt más kutatóktól integrált eredmények alapján határozta meg a három komponensből álló modellt. A modell részeit faktorként határozza meg, melyek a következő kategóriákat jelképezik:

- I. *Teljesítményi faktor*: ez a kategória tartalmazza az (1) előremenetel, a (2) hírnév és a (3) versengés motivációs elemeit. Ebben az esetben a játékos rendszerint a kompetitív és önérvényesítő igényeit elégíti ki. Erős hasonlóság mutatható a Bartle-féle modellben szereplő teljesítő játékos típussal.
- II. *Kapcsolati faktor*: Yee értelmezésében ez a kategória a (1) szociális érintkezésből, a (2) kapcsolatból, valamint a (3) csapatmunka elemeiből áll össze. Ezek a játékosok kommunikációs és szociális szükségleteire épülnek, a Bartle-modellben pedig a szocializáló típushoz kapcsolhatók.
- III. *Elmerülési faktor*: ez a csoport négy fő motivációs elemet foglal magába, a (1) felfedezést, a (2) szerepjátékot, az (3) egyediséget, valamint a (4) menekülést. Az említett elemek a játék menetének elsajátítására, a virtuális világ felfedezésére, valamint a karakterek megismerésére vonatkoznak. A Bartle-féle tipológiából leginkább a felfedezővel mutat hasonlóságot, megemlítve az elmerülést és az explorációt.

Yee kiemeli azt, hogy ezek a faktorok dinamikus rendszert képezve írják le a motivációs tényezők mibenlétét. Így például a felfedező típusú játékos számára elengedhetetlen a karaktere fejlesztése, hiszen csak egy erősebb karakterrel járhatja be a játékvilág különböző részeit. Mindezek mellett megfigyelhetők tendenciák arra vonatkozóan is, hogy egy adott személy milyen fő motivációs dimenziót preferál.

F-modell

A harmadik, bemutatásra kerülő modell a több éve zajló, országos szintű JátékosLét Kutatás eredményeiből született (Fromann 2017). A 2010-ben elkezdődött kutatás célja egy olyan játékosipológia megalkotása volt, mely egyrészt épít a már bemutatott elméleti konstrukciókra, másrészt pedig megfelelő adathalmazzal támasztja alá a modell validitását. A 2016-os kutatásig bezárólag a vizsgálat közel 50 000 kitöltést regisztrált. Az egyik megszületett eredmény egy olyan új tipológia, mely kétdimenziós, és három fő-, valamint hét alfaktorból áll. A kutatás célja azonban túlmutat a típusok felvázolásán, többek között a médiában és a köznyelvben zajló laikus, esetenként sztereotip párbeszédhez tudományos tényekkel, objektív megközelítéssel járul hozzá.

A JátékosLét Kutatás módszertana egyaránt épít kvalitatív megközelítésre (személyes és csoportos interjúk), valamint kvantitatív eljárásokra (online kérdőíves felmérés).

¹ További információ: <http://www.nickye.com/daedalus/>

A vizsgálat önbeszámolókon alapuló, illetve önkítöltő jellegéből fakadóan fontos szem előtt tartani azt, hogy a kapott eredmények azt reflektálják, hogy a játékos közösség miképpen látja a játékok világát, azon belül hova tudják elhelyezni magukat.

- I. *Emberközpontúság:* az ebbe a dimenzióba tartozó játékosok fő mozgatórugója a más játékosokkal való interakcióban, a kommunikációban, a csapatmunkában, a kapcsolattartásban, valamint a versengésben mutatkozik meg. Struktúráját tekintve két fő alapvető irányból épül fel: (1) szociális-kooperatív és (2) harcos-kompetitív.
- II. *Világközpontúság:* az ebbe a dimenzióba tartozó játékosok számára a motivációs erőt a virtuális világok, az alternatív valóságok felfedezése és a szerepek kipróbálása jelenti. Náluk nem annyira a versengés, a szociális interakciók és a kapcsolatteremtés áll a középpontban, hanem a játék köré felépülő világ és a hétköznapoktól való elszakadás.

A két fő motivációs kontextusból kiindulva három olyan faktort építhetünk fel, amelyek logikai megközelítésben idomulnak a Yee és a Bartle által kialakított modell struktúrájához. Ezek a (1) versengő, a (2) harcos, valamint a (3) felfedező dimenziói. Annak érdekében, hogy jobban meg lehessen érteni a modell gondolatmenetét, a három fő dimenziót hét alfaktor mentén mutatjuk be.

Versengő játékosok

A kompetícióra, versengésre és egymás közötti megmérettetésre épülő faktor két alfaktort foglal magába.

1. *Vezetők:* Az ide tartozó játékosok számára kiemelten fontos a hírnév és a presztízs elérése és növelése, így a játék során elsősorban arra fókuszálnak, hogy meghatározó legyen a véleményük, ismertek és elismertek legyenek a többi játékos körében.
2. *Harcosok:* Számukra a játék világa egy nagy harctér, amelyben a fő cél más játékosok legyőzése, adott esetben virtuális megsemmisítése, elsöprése. Másokban elsősorban vetélytársat látnak, és folyamatosan azon dolgoznak, hogy mindig jobbak legyenek a többiekénél, ezáltal más játékosok fölé kerekedjenek. Minél több játékost tudnak legyőzni, annál élvezetesebb számukra a játék.

Közösségi játékosok

A szociális interakciókra, ismerkedésre, valamint csapatmunkára irányuló faktor két alfaktoron keresztül mutatja be a hozzá tartozó motivációs erőket.

1. *Csapatjátékosok:* Náluk az elsődleges játékos motívumok a kapcsolatok, barátságok ápolása, a csapatjáték, a másokkal való kommunikáció és 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 szintisztán 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 együtt oldják meg a felmerülő problémákat. A csapatmunkát választó játékosok egyéb öncélú motivációja lehet emellett a vezetői sze-

rep megszerzésére irányuló törekvés is. Végül vannak olyanok is, akik egyszerűen csak azért játszanak, mert a játékon keresztül tartják a kapcsolatot a barátaikkal, ismerőseikkel.

2. *Társkeresők:* Az ehhez a játékos típushoz 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 keresi 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 szeretnék elköteleződni, nem szeretnék, hogy tartós kapcsolatok szülessenek az ismerkedés folyamányaként.

Felfedező játékosok

A felfedezés öröme, az információ megszerzésére, az új dolgok megismerésére, valamint a szerepek kipróbálására vonatkozó faktorhoz három alfaktor társítható.

1. *Fantáziálók:* A legfontosabb céljuk a különböző képzeletbeli fantáziavilágokba való belemerülés, a valóságtól különböző, alternatív világok megélése, új, ismeretlen világok felfedezése. Számukra a játék igazi célja, hogy el tudjanak szakadni a hétköznapi gondoktól és problémáktól. 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 karaktereiket, avatárjaikat – a virtuális világban létrehozott identitásukat – irányíthatják.
2. *Gyűjtögetők:* Ehhez a játékos típushoz tartozók legfontosabb célja, hogy minél több és minél érdekesebb és értékesebb 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 minél több pont megszerzése vagy magasabb szint elérése is cél számukra; sok esetben a saját karakterük fejlesztését is kiemelkedően fontosnak tartják.
3. *Problémamegoldók:* Ők azok a játékosok, akik szinte mindenben kihívást látnak, és kifejezetten szeretik a rejtvényeket. Alapvető igényük, hogy a játékokban legyenek logikai-stratégiai feladatok és kihívások. A problémamegoldók a játékban folyamatosan tesztelik magukat, olyan akadályokat akarnak legyőzni, olyan problémákat és nehézségeket akarnak megoldani, amelyek számukra igazi kihívást jelentenek.

A felvázolt hét alfaktor szemléletesen mutatja be a játékok mögött meghúzódó motivációs erőket, valamint ezek kategorizálási lehetőségeit. Azonban ezt a szemléletmódot nem csak a játékokon belül, hanem az élet egyéb területein is fel lehet használni. A következőkben (érintőlegesen megemlítve a játékosítás fogalmkörét) a munkapszichológia szempontjából vizsgáljuk meg azt, hogy miképpen lehet értelmezni az F-modellt munkahelyi kontextusban.

A Szervezeti Személyiség Profil (SzSzP)

Az előző részekben bemutatott elméleti modellek és játékosipológiaiak kellő szemléletes-séggel vázolják fel a játékok mögött meghúzódó motivációs erőket. A játékosítás célja a játékokban fellelhető motivációs tényezők átültetése olyan helyzetekbe, amelyek alapvetően nem rendelkeznek ilyen jellegű hajtóerőkkel – természetesen szem előtt tartva például a fejlődés, a hatékonyság vagy az elköteleződés folyamatait. Annak érdekében, hogy össze lehessen vetni a játékkutatás eredményeit a játékosítás gyakorlati megvalósításával, érdemes átültetni a játékosipológiaiakra vonatkozó modellt a munkahelyi környezet működési mechanizmusába. Erre tesz kísérletet a Szervezeti Személyiség Profil (SzSzP), mely az F-modell struktúrája mentén értelmezi egy adott munkakörnyezet/munkavállaló motivációs tényezőit.

A gamification (játékosítás) megjelenésével a játékok mögött meghúzódó elméleti és gyakorlati megoldások kiléptek a játékvilágból, és komoly üzleti, egészségügyi vagy oktatási szituációkban foglalták el méltó helyüket. Az F-modell tekintetében ez a jelenség másképp mutatkozik meg – abból a Huizinga által is megfogalmazott axiómából kiindulva (Huizinga 1949), hogy a játékoság és a játékok iránti fogékonyság az emberi természet alapvető tulajdonsága, feltételezhetjük: hasonló struktúrák motiválnak a játékokban és a munkahelyi környezet esetében is. Ennek értelmében az F-modell alfaktorait átfordíthatjuk a munkahelyi folyamatokra, melynek eredményeként a következő alfaktorokat kapjuk (az ezt tartalmazó összesítést az 1. táblázat tartalmazza).

1. *Kognitív ösztönzés:* a problémamegoldáshoz kapcsolódó motivációs dimenzió mintájára építve a munkahelyi környezetben is megjelenik a kognitív teljesítmény és a kihívások legyőzése mint motivációs erő. Amennyiben a munkavállaló kompetenciához mérten megfelelő feladatokat lát el, sikerélményt, ezáltal pedig pozitív érzelmeket élhet át.
2. *Szervezeti narratíva:* a fantáziáló játékosok egyik fő motivációs tényezője a játék történetébe való beágyazódás lehetősége. A munkahelyi elköteleződés egyik alapvető tényezője az adott szervezetbe való integrálódás, mely szorosan kötődik a személy és a munkahely értékeinek azonosulásához, valamint a szervezet céljainak, missziójának és víziójának ismeretéhez.
3. *Kompetenciafejlesztés:* a gyűjtögető dimenziójából kiinduló faktor a munkavállaló készségeinek és képességeinek fejlesztésére irányul. Amennyiben egy szervezet az emberei igényeihez mérten tud szakmai és egyéni fejlődési lehetőséget biztosítani, nagy eséllyel kötelezi el a munkavállalóit.
4. *Szociális szinergia:* a játékok (és főleg a többjátékos internetes programok) esetében kiemelkedő szerepet tölt be a többi játékosal folytatott interakció. A munkahely szempontjából ez a munkatársakkal, a felettesekkel vagy éppen a beosztottakkal való viszonyban, munkakapcsolatban mutatkozik meg.
5. *Konstruktív versengés:* a munkahelyi környezetben megjelenő versenyztetés több oldalról közelíthető meg. Egyaránt lehet konstruktív és destruktív is annak függvényében, hogy mi a verseny célja, kik a résztvevők, valamint, hogy mennyire mérhető objektíven az eredmény. Egy jól megkonstruált kompetitív szituáció megnövelheti a hatékonyságot és fejlesztheti a munkavállalókat.
6. *Irányítás:* a felettesek személyisége és hozzáállása gyökeresen változtathatja meg a munkavállaló véleményét nem csak az adott személyről, hanem az egész szervezetről. Amint azt láthattuk az F-modell esetében, a vezetés (akár vezetői, akár alárendelti

- pozícióban) stílusa kulcsfontosságú a játékos, jelen esetben a dolgozó szemszögéből.
7. *Elismertség*: a munkahelyi teljesítményhez szorosan kapcsolódik a pozitív visszajelzés és az ezzel járó elismerés. A játékos tipológiákat nézve az elismerés rendkívül erős motivációs erő lehet, és ez nincs másképp a munka világában sem. A megfelelő pozitív visszajelzés előre lendítheti és megerősítheti a munkavállalót.
 8. *Egzisztencia*: ez a dimenzió ugyan nem jelenik meg (vagy legalábbis nem explicit módon) a legtöbb játék esetében, azonban rendkívül fontos szerepet tölt be a munkahelyi kontextusában. Ameddig a játékok esetében az anyagi javak nem kerülnek előtérbe (nem azért játszanak a játékosok, hogy megéljenek – kivétel az e-sport vagy hasonló jellegű tevékenységek esete), a munka szempontjából azonban kétségtelenül fontos szerepet tölt be. Hiába teremtjük meg a más szempontokból álmunkahelynek tekinthető céget, ha nem tudjuk biztosítani az optimális életkörülmények eléréséhez szükséges anyagi juttatásokat.

F-modell	SzSzP
Problémamegoldás	Kognitív ösztönzés
Fantáziálás	Szervezeti narratíva
Gyűjtögetés	Kompetenciafejlesztés
Csapatjáték	Szociális szinergia
Harc	Konstruktív versengés
Vezetés	Irányítás
Társkeresés	Elismertség
----	Egzisztencia

1. táblázat: Az F-modell és az SzSzP faktorainak megfeleltetése

Az SzSzP használatakor annak érdekében, hogy megállapíthassuk a munkavállaló és a szervezet egymáshoz való illeszkedésének mértékét, érdemes feltérképezni a dimenziókon belüli szinteket (például van-e lehetőség kompetenciafejlesztésre vagy megfelelő-e a vezetés jellege). Abban az esetben, ha a szervezet által képviselt értékek (a nyolc alfaktor mentén) megegyeznek a munkavállalók által megfogalmazott igényekkel, hatékony és előremutató együttműködésre számíthatunk. Annak ellenére, hogy az SzSzP indirekt módon, a játékkutatás mechanizmusain keresztül kapcsolódik a játékosításhoz, hasznos eleme lehet a gamifikációs folyamatokat előkészítő diagnosztikai felméréseknek.

Összegzés

A játékok mögött meghúzódó motivációs tényezők vizsgálata érdekes eredményekkel szolgál a játékosipológiákat illetően. A JátékosLét Kutatóközpont által 2011-ben elindított felmérés eredményeként kialakult az F-modell, mely három főfaktor és hét alfaktor mentén jellemzi a videojátékokkal kapcsolatos játékosipológiákat. Az így meghatározott modell átdolgozásra került a munkahelyi motivációk mentén, létrehozva a Szervezeti

Személyiség Profil (SzSzP). Az SzSzP tartalmazza az F-modellben megjelenő hét alfaktort, valamint plusz dimenzióként magába foglal olyan területeket, melyek az egzisztencia témaköréhez kapcsolódnak. Az SzSzP használatával lehetőség nyílik a szervezet értékeinek, valamint a szervezetben tevékenykedő személyek motivációs hátterének feltérképezésére. Az így kapott információk alapján olyan célratörő és hatékony fejlesztési programok tervezhetők meg (például a játékosítás segítségével), amelyek illeszkednek a munkakörnyezethez és a munkavállaló igényeihez.

Irodalom

- Csíkszentmihályi Mihály, *Jó üzlet, vezetés, áramlat és az értelem keresése*, Lexecon Kiadó, Győr, 2009.
- Bartle, Richard, *Designing Virtual Worlds*, New Riders Publishing, Indianapolis, 2003.
- Bartle, Richard, “Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players who suit MUDs”, *Journal of MUD Research*, Vol. 1. (1996) Issue 1., <http://mud.co.uk/richard/hcds.htm>
- Yee, Nick, “Playing With Someone”, 2005.
<http://www.nickyee.com/daedalus/archives/001468.php>
- Fromann Richárd, *JátékosLét - A gamifikáció világa*, Typotex kiadó, Budapest, 2017.
- McGonigal, Jane, *Reality Is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*, The Penguin Press, New York, 2011.
- Hamari, Juho, Jonna Koivisto and Harri Sarsa, “Does Gamification Works? – A Literature Review of Empirical Studies on Gamification”, *47th Hawaii International Conference on System Science, 6-9 January 2014., Conference Proceedings*, IEEE Computer Society, 2015, pp. 3025–3034.
<https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>
- Granic, Isabela, Adam Lobel, Adam, Rutger C. M. E. Engels, “The Benefits of Playing Video Games”, *American Psychologist*, Vol. 69. (2014) Issue 1., pp. 66–78.
<http://dx.doi.org/10.1037/a0034857>
- Tran, Ben, “Clinical Use of Video Games”, in Mehdi Khosrow-Pour (ed.), *Encyclopedia of Information Science and Technology (4th edition)*, IGI Global, Hersey, 2018, pp. 3260–3272.
<https://dx.doi.org/10.4018/978-1-5225-2255-3.ch284>
- Huizinga, Johan, *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*, Routledge & Kegan Paul, London, 1949.