



## ***Videojátékok a tudomány szemszögéből: motiváció – gamerek – kommunikáció***

**Damsa Andrei** - 2018. 05. 31.

A videojátékokkal foglalkozó pszichológiai kutatások különböző oldalról közelítik meg a játékokhoz köthető motivációs, kognitív, emocionális és viselkedésbeli tényezőket. A kutatók egyaránt vizsgálják az olyan területeket, mint például a problémás videojáték-használat (Aboujaoude, 2011), az online játékokban kiépülő társadalmak struktúrája (Ducheneaut és mtsai., 2005), az egyéni kognitív-emocionális tényezőket, valamint a játékokban megmutatkozó társas kapcsolatokat. Annak ellenére, hogy a videojáték kutatás (kapcsolódva a videojátékok megjelenéséhez és elterjedéséhez) viszonylag új területe a tudományos vizsgálatoknak, a játék mint tevékenység már számos klasszikusnak számító kutató figyelmét felkeltette.

Johan Huizinga, a holland kultúrtörténész és indológus a Homo Ludens (Huizinga, 1949) című írásában egy olyan gondolatmenetet vázol fel, melynek fókuszában a játék mint tevékenység áll. A kutató értelmezésében a kultúra, és ehhez kapcsolódóan a funkcionális társadalom kialakulásának kulcsfontosságú tényezője a játék, mely megjelenését tekintve sok esetben megelőzheti a kultúra kialakulását. Huizinga a társadalom szintjéről közelíti meg a játékot és helyezi kontextusba. A klasszikus pszichológia kiemelkedő alakjának számító orosz származású Lev Vigotszkij az egyén oldaláról közelítette meg a játékok és a játékosság kérdéskörét. Tanulmányaiban kifejti, hogy a játék létfontosságú eleme a gyermeki fejlődésnek és nagymértékben járul hozzá ahhoz, hogy a kognitív és érzelmi folyamatok megfelelő módon

alakuljanak ki (1978). A két bemutatott irányzat jól szemlélteti azt a sokszínűséget, amely a játékok tudományos oldalról történő megközelítését jellemzi. Annak ellenére, hogy a témában folyó vizsgálatok jellege sok esetben függ az adott játéktípustól, az alapvető kérdésvetések azonosak egy online vagy akár egy analóg társasjáték esetében is. Jelen esetben a videójátékok világával foglalkozunk, viszont ez nem jelenti azt, hogy klasszikusnak számító, a digitális világon kívül eső játékok kevésbé lennének fontosak vagy – a különböző folyamatok szempontjából – relevánsak. A továbbiakban kitérünk arra, hogy kik a játékosok, milyen motivációs mintázatokat olvashatunk ki a játékokkal foglalkozó kutatásokból, valamint miképpen alkalmazható a játékokkal kapcsolatosan összegyűjtött tudás az élet egyéb területein.

## Ki a gamer?

A videójátékok vizsgálata során korai kérdésként jelenik meg az, hogy ki is a játékos, miképpen lehet jellemezni a játékos közösségeket, és milyen (akár demográfiai, akár egyéb) specifikummal bírnak ezek a személyek. A válaszadás nem könnyű, hiszen sok esetben már a „gamer” kategorizálásnál előbukik a fogalom meghatározásának nehézsége. Jelen esetben általánosan fogalmazva a gamer az a személy, aki rendszeresen játszik valamilyen videójátékkal (számítógépen, konzolon, okostelefonon stb. W1). A kategória plaszticitásából fakadóan nehézkes a játékkal töltött idő mennyiségét vagy minőségét kritériumként tekinteni (például csak azt nevezhetjük gamernek aki minimum napi 2 órát tölt játszással, vagy azt, aki stratégiai játékokat játszik), így rendszerint a gamer-lét az adott személy szubjektív meglátásán múlik. Ez azonban nem jelenti azt, hogy tudományos eszközökkel nem vizsgálhatók, és objektív számadatokkal nem támaszthatók alá a videójátékos közösséget jellemző tényezők. A budapesti JátékosLét

Kutatóközpont 2011 óta követi nyomon a magyar játékosok és játékos közösségek jellemzőit a demográfiai adatoktól kiindulva a szabadidős tevékenységeken át egészen a kommunikációs mintázatokig. A legfrissebb, 2017-es kutatás során több mint 8000 kitöltő adataiból rajzolódott ki a magyarországi játékosok általános tulajdonságai. A megkérdezett személyekről válaszaik alapján elmondható, hogy átlagosan minden nap, átlagosan két órát játszanak valamilyen videojátékkal. A kitöltők többsége átlagosan 10 éve kezdett el videojátékokkal játszani, és egyaránt kedveli az egyjátékos és többjátékos játékmódokat is. A nemi eloszlást illetően jelen álláspontra szerint Magyarországon még mindig a férfi játékosok vannak túlnyomó többségben (88%), azonban várhatóan ez a különbség enyhülni fog, amint azt az eNet kutatásai is mutatják (2018).



Kép: BG

## Motiváció és játék

A játékosok demográfiai és játszási szokásai komplex képet adhatnak arról, hogy ki is a gamer, viszont legalább ilyen jelentőséggel bír az a kérdés is, hogy miért játszik a gamer. A

videójáték-kutatás egyik kiemelkedő területe a motiváció vizsgálata, mely olyan mintázatokot igyekszik meghatározni, melyek segítségével egyrészt kategorizálhatóvá válnak a játékosok, másrészt kiindulási pontot jelenthet a videójáték-fejlesztés folyamatában. Megvizsgálva a játékos-típológiákra vonatkozó főbb modelleket látható, hogy ugyan más-más irányból közelítve, de hasonló csoportosításokat eredményeztek a különböző kutatások. A már klasszikusnak számító Bartle-féle tipológia (Bartle, 1996) négy fő játékos-típust különít el:

- **Felfedező:** Ide tartoznak azok a játékosok, akik azért játszanak, hogy megoldjanak rejtélyeket, felfedezzék a játék világát, és megismerjék a titkokat. Jellemzően nem kedvelik azt, ha a játék idői keretek van kötve, hiszen így nem fektethetnek elég figyelmet a részletek megismerésére. Szeretik megosztani a tudásukat, jó oktatók válhatnak belőlük.
- **Szocializáló:** Ebbe a csoportba sorolhatók azok a személyek, akik a társaságot, az emberi kapcsolatokat, és a csoportban való tevékenykedést keresik a játékok során. Ők azok, akik szívesen vállalnak vezetői szerepet, motiválja őket az, hogy egy csapat hasznos tagjai legyenek. Igyekeznek minél több időt tölteni társaságban és minél több kapcsolatot kiépíteni.
- **Teljesítő:** Ide tartoznak azok a játékosok, akiknek a játék során a fő célja a legjobb helyezést elérni, a legtöbb pontot összegyűjteni, valamint a legjobb itemeket (játékbeli dolgokat) megszerezni. Ő az, aki a ranglista élére akar kerülni és jobb akar lenni a többi játékosnál.
- **Gyilkos:** A Bartle-i megközelítés negyedik típusa a gyilkos, aki – bár első olvasásra pejoratív értelemmel bír – legalább olyan fontos szerepet tölt be a játékok

csoportdinamikájában, mint az előző három típus. A gyilkosok nem törekednek a ranglista élére és nem is vágyakoznak a legjobb itemekért. Az Ő céljuk egyszerű – legyőzni és megsemmisíteni másokat, túljárni mások eszén és megtalálni a játék gyenge pontjait, a kikapukat.

Fontos megemlíteni, hogy a játékosstipológiák esetében is érvényes a legtöbb személyiségmodellel kapcsolatos szempont – annak ellenére, hogy kategóriákat vázol fel, a gyakorlatban a játékosokat rendszerint ezeknek a kategóriáknak a különböző csoportosulása jellemzi. Ennek értelmében nem beszélhetünk csak társasági vagy csak teljesítő játékosokról, azonban az kijelenthető, hogy az esetek többségében a játékosok valamilyen dimenzió mentén magasabb értéket mutatnak (Yee, 2006).

A Fromann (2017) által felvázolt F-modell hasonló logikára épít, azonban három dimenzió mentén helyezi el a játékosokat (1. táblázat). A kutató olvasatában a játékok mögött meghúzódó motivációs faktorok két fő irány mentén különíthetők el: 1) emberközpontúnak tekinthetők azok a játékosok, akik a társaság, a kommunikáció, a csapatmunka és a kapcsolattartás miatt játszanak, 2) világgözpontúnak pedig a játék környezetéért, a játékban meghúzódó feladatokért és a felfedezésért játszanak.

Illeszkedve a Bartle féle megközelítéshez, az F-modell a következő struktúrát vázolja fel:

<b>emberközpontúság</b>		<b>világgözpontúság</b>
<b>versengő</b>	közösségi	felfedező
<b>vezető</b>	csapatjátékos	fantáziáló
<b>harcos</b>	társkereső	gyűjtögető
		problémamegoldó

1. táblázat: Az F-modell által felvázolt játékosstipológiák

A játékkutatásból és a játékosok vizsgálatából nyert tudás nemcsak tudományos oldalról, hanem gyakorlati szemszögéből is alkalmazható. A játékosítás olyan folyamatot fed, mely során játékelemek, játékdinamika, játékmechanika, illetve maga a játékos gondolkodás ültethető át nem játékos (például egy monoton feladatokat tartalmazó) közegbe. A módszer segítségével használható fel például az F-modell által felvázolt szegmentáció is a megfelelő felhasználói élmény kialakítása érdekében.

## Kommunikáció a videojátékokban

A sokszereplős online szerepjátékok megjelenésével együtt a játékosok közötti interakció és ehhez kapcsolódóan a kommunikáció is új távlatokba került. A kontinenseken átívelő játékelmény lehetővé tette, hogy akár írásos, akár hang alapon teljesen más országokban és teljesen más nyelveket beszélő játékosok lépjenek egymással kapcsolatba és alakítsanak ki csapatokat, csoportokat, klánokat és barátságokat.

A JátékosLét Kutatóközpont által végzett kutatások többek között arra is rávilágítanak, hogy a gamerek milyen digitális közösségi platformokat preferálnak. A 2017 végzett kutatás alapján az első helyen (talán nem meglepő módon) a Facebook szerepelt, ezt követte a Youtube, majd harmadikként jelent meg a STEAM (2. táblázat).

Platform	Használati arány	Használati gyakoriság
Facebook	64%	Minden nap
Youtube	12%	Minden nap
STEAM	6%	Minden nap

2. táblázat: A különböző digitális közösségi platformok használata a játékosok körében

A különböző kommunikációs csatornákat tekintve a gamerek legtöbbször a játékon belüli megoldásokat alkalmazzák, így az első helyen (70%) a videojátékok által nyújtott felületek (chatek) szerepelnek, ezt követik a már említett közösségi oldalak üzenetküldő szolgáltatásai (15%), majd harmadik helyeztként jelennek meg (8%) a különböző VOIP (Skype, Teamspeak és egyéb voip kliensek) megoldások, melyek többek között a hang alapú társalgásra adnak lehetőséget.

Az említett kutatás során a gamerek arra a kérdésre is választ adtak, hogy szerintük melyek azok a területek, amelyeket a játékok hatékonyan tudnak fejleszteni. A megadott lehetőségek közül (például logika, problémamegoldás, csapatmunka, kreativitás, stb.) a megkérdezett játékosok többsége az *idegen nyelv tanulását* emelte ki (79%), ezt követte a *logika, taktika, és stratégiai érzék* (67%), és harmadikként jelent meg a *reflex és a reakcióidő javulása* (66%). A játékosok 45%-a vélte úgy, hogy a játékok hatására javult a kommunikációs készsége és fejlődött olyan területeken, mint például az önkifejezés vagy a szókincs. A játékok nemcsak gyakorlati, hanem motivációs oldalról is fejleszthetik a beszédkésztséget és a szöveg alapú kreatív alkotást. Sheldon (2012) könyvében leírja, hogy például egy adott tanóra (például irodalomóra) játékosítása miképpen tudja motiválni azokat a diákokat is, akik egyébként nem lennének nyitottak az írásra, a beszélgetésekre, vagy a prezentációk megtartására.

## Irodalom

Aboujaoude, Elias, 2011. *Virtually You: The Dangerous Powers of the E – Personality*. W. W. Norton & Company, New York.

Bartle, Richard, 1996. *Hearts, Clubs, Diamonds, Spades: Players Who suit MUDs*.  
<http://www.mud.com.uk/richard/hcdfs.htm>

Ducheneaut, Nicolas – Moore, Robert J., 2005. More than just 'XP': learning social skills in massively multiplayer online games. *Interactive Technology & Smart Education*, 2. 89–100.

eNet, 2018. Magyarország 3,7 millió játékos hazája. <http://www.enet.hu/hirek/magyarorszag-37-millio-jatekos-hazaja/>

Fromann Richárd, 2017. *JátékosLét – A gamifikáció világa*. Typotex kiadó, Budapest.

Huizinga, Johan, 1949. *Homo Ludens: A Study of the Play-Element in Culture*. Routledge & Kegan Paul, London.

Sheldon, Lee, 2012. *The Multiplayer Classroom: Designing Coursework as a Game*. Boston, Course Technology, PTR.

Vygotsky, Lev S., 1978. *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Yee, Nick, 2006. The Demographics, Motivations and Derived Experiences of Users of Massively–Multiuser Online Graphical Environments. *Teleoperators and Virtual Environments*, 15. 309–329.

W1: [Gamer, Wikipedia](https://en.wikipedia.org/wiki/Gamer#cite_note-Theesa.com-1)  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Gamer#cite\\_note-Theesa.com-1](https://en.wikipedia.org/wiki/Gamer#cite_note-Theesa.com-1)

#### Nincs hozzászólás!

Your Email address will not be published.

Email\*

- Save my name, email, and website in this browser for the next time I comment.

Hozzászólás küldése

This site uses Akismet to reduce spam. [Learn how your comment data is processed.](#)

© 2025 e-nyelvmagazin.hu. All rights reserved.