

**DEBRECENI EGYETEM
BÖLCSESZETTUDOMÁNYI KAR
PSZICHOLÓGIAI INTÉZET**

SZEMÉLYISÉGLÉLEKTAN MŰHELYMUNKA

Működik a gamifikáció?

Témavezető: Dr. Kis Veronika
egyetemi docens

Abari Kálmán
Pszichológia BA
Levelező

Debrecen, 2019

Nyilatkozat

„A hallgatónak nyilatkoznia kell arról, hogy a műhelymunka a szerzői jogok nemzetközi szabályainak megfelelően készült saját, önálló munkája, és az erről szóló aláírt nyilatkozatot csatolnia kell a nyomtatott és/vagy elektronikus formához.”

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	1
Bevezetés.....	2
1. A videójátékok.....	3
2. A közösségi média	5
Irodalomjegyzék	6

Bevezetés

A fiatalok szabadidő eltöltésében meghatározó szerepet kapnak a „képernyős” tevékenységek. A tévé mellé az évek során felzárkózott, majd átvette a vezető szerepet az okostelefon és a számítógép. A 15–29 évesek körében megmutatkozó trendeket vizsgálva a magyar háztartások legalább 85 százalékában van számítógép és internet, illetve a fiatalok kezében saját tulajdonú okostelefon, a naponta internetezők aránya 88 százalék, amely már jelentősen meghaladja a naponta tévézők arányát (63 százalék) (Székely és Aczél, 2018). A technológia szédületes terjedése nem csak a szabadidős tereket és tevékenységeket uralja, hanem más szocializációs közegekben is megjelent, például az iskolában és a munkahelyen is. Az információs társadalom paradigmája a digitális kultúra megjelenéséhez vezetett. Ebben a fejezetben a képernyős tevékenységek közül a számítógépes játékokat, vagy más néven videójátékokat, és a közösségi média különböző platformjait emeljük ki. A megváltozott tanárszerep a tanulóközpontú megközelítés magában hordozza, hogy digitális jártasságunkat érdemes kiegészíteni ezekkel a területekkel, még akkor is, ha a videójátékokat és a közösségi médiát közvetlenül nem használjuk fel a tanulási folyamatokban (bár mindkettőre számos példát találhatunk Vas (2017) és Poore (2015) írásaiban). A videójátékok ismerete nagy segítség lehet a gamifikáció (Hamari, Koivisto, és Sarsa, 2014) osztálytermi, kreatív alkalmazása során – ahogyan e fejezet későbbi részében erről bővebben szót ejtünk –, a közösségi média platformjainak megismerése pedig például az elektronikus zaklatások kezelését, megelőzését segítheti.

1. A videójátékok

A mai fiatal generáció számára a játék szinte egyet jelent az információs társadalmunkban mindenhol jelen lévő videójátékkal. Napjainkra a játékfejlesztés és a játékeladás komoly iparággá nőtte ki magát. A videójáték-ipar a szélesebb szórakoztató ipar szíve lett, ugyanis magasan a legjövedelmezőbb üzletnek számít, összehasonlítva a film, a tévé, a zene és a nyomtatott sajtó által produkált bevételekkel, sőt évek óta a film- és a zene-szektor együttes bevételét is rendszeresen túlszárnyalja (D'Argenio, 2018; Doyle, 2019; LPE, 2018). A technológia folyamatos fejlődésének köszönhetően, manapság a játékosok nem csak asztali számítógépeken (PC-n) és a hagyományos konzolokon (Sony PlayStation, Microsoft Xbox és Nintendo Switch) játszanak, hanem elsősorban a mobil platformokon, például okostelefonokon és táblagépeken, valamint közösségi hálózatokon keresztül is.

A játékok célzottan a széles közönségnek szólnak, a lehető legtöbb csatornán próbálnak eljutni szinte minden korosztályhoz. A technológia lehetővé teszi a játékosok viselkedésének folyamatos tanulmányozását, így a játékfejlesztőknek olyan magával ragadó (immerzív) élmény létrehozására van lehetősége, amely révén a videójátékok még népszerűbbek lehetnek a jövőben. A játékosok számát ma 2,5 milliárd fölé becsülik, és a nők képviselik a videójátékosok 46 százalékát világszerte. A játékosok átlagos életkora 34 év, 70 százalékuk pedig 18 évesnél idősebb (Wijman, 2019). A videójátékok piaca folyamatosan fejlődik, az elmúlt években például lehetővé vált a csomagolt játékok bolti eladása mellett a digitális forgalmazás, azaz online fizetés után a játék letöltése. Így olyan piaci platformok jöttek létre, mint a Steam, az Epic Games és az Origin áruház a PC-s játékok, vagy a PlayStation Store, a Microsoft Store a konzolos játékok, valamint az App Store és a Google Play a mobil alkalmazások számára. A piac figyelme egyre inkább a digitális platformokra irányul, és a játékgyártók újabb és újabb ötletekkel állnak elő, hogy a videójáték-tartalmak minél szélesebb kör számára nyújtsák a szórakozás lehetőségét. Ez vezetett a Streaming és a Cloud Gaming megjelenéséhez (DigitalBros, 2019).

Ahhoz, hogy kicsit közelebb kerüljünk a játékok világához, érdemes megvizsgálni, hogy milyen kategóriákba sorolhatók a ma népszerű videójátékok.

A játékokat nagyon sokféleképpen lehet rangsorolni, például hányan töltötték le, éppen hányan játszanak vele, vagy milyen játékelményt ad a felhasználók számára. Az 1. táblázat a konzolon játszható játékok egyfajta toplistáját közli. Megadjuk a játék nevét, a fejlesztő cég

nevét, a játékkategóriát, illetve csillaggal (*) jelezzük, hogy van-e online multiplayer mód a játékban.

1. táblázat. Minden idők legjobb 5 játéka a PS4 és Xbox ONE platformokon a Metacritic honlapon megjelent felhasználói értékelések (0-100 pontszámok között) alapján (forrás: <https://www.metacritic.com/browse/games/score/userscore>, letöltés: 2019. 10. 06.)

	PS4			Xbox ONE		
	Játék neve és fejlesztője	Kategória	Pont	Játék neve és fejlesztője	Kategória	Pont
1.	The Witcher 3: Wild Hunt <i>CD Projekt Red Studio</i>	Akcio- szerepjáték	92	The Evil Within 2 <i>Tango Gameworks</i>	Akcio, Kaland	92
2.	God of War* <i>SCE Santa Monica</i>	Akcio, Kaland	91	The Witcher 3: Wild Hunt <i>CD Projekt Red Studio</i>	Akcio- szerepjáték	92
3.	The Last of Us Remastered <i>Naughty Dog</i>	Akcio, Kaland	91	Monster Hunter: World – Iceborne* <i>Capcom</i>	Akcio- szerepjáték	91
4.	Kingdom Hearts HD I.5 + II.5 Remix <i>Square Enix</i>	Akcio- szerepjáték	90	NieR: Automata - Become as Gods Edition <i>PlatinumGames</i>	Akcio- szerepjáték	91
5.	Bloodborne: The Old Hunters <i>From Software</i>	Akcio- szerepjáték	90	Devil May Cry HD Collection <i>Pipeworks Software</i>	Akcio, Kaland	89

2. A közösségi média

A közösségi média olyan médiumok összessége, amelyet a felhasználók töltenek meg tartalommal. A felhasználók legfontosabb tevékenységei a közösségi média bármely platformján: (1) meglévő tartalom fogyasztása; (2) új tartalom létrehozása; (3) meglévő tartalom megosztása. Megosztás alatt azt értjük, hogy bizonyos tartalmat eljuttatunk másokhoz. A közösségi médiában ugyanis bárki részt vehet, nyílt párbeszéd folyik a szereplők között, nagy szerep jut a kapcsolatnak, az egymással való összekapcsoltságnak. A tartalom lehet szöveg (posztok, blogbejegyzések vagy kommentek formájában), kép, hangzó anyag vagy videó. A közösségi média szolgáltatásai közül a fejezet további részében a következőket érintjük: (1) közösségi hálózatok; (2) blogok, mikroblogok; (3) internetes fórumok; (4) wikik; (5) podcastok; (6) videó-, kép- és zenemegosztó portálok; (7) csevegő alkalmazások (Erdősi és Solymos, 2019; Poore, 2015).

Irodalomjegyzék

- D'Argenio, A. M. (2018). Now the most popular and profitable form of entertainment. Retrieved October 6, 2019, from <https://www.gamecrate.com/statistically-video-games-are-now-most-popular-and-profitable-form-entertainment/20087>
- DigitalBros. (2019). The Videogame Market. Retrieved October 6, 2019, from <https://www.digitalbros.com/group/the-videogame-market/>
- Doyle, S. (2019). Video games now outsell film and music combined. Retrieved October 6, 2019, from <https://eandt.theiet.org/content/articles/2019/01/new-stats-reveals-video-games-as-largest-market-in-uk-entertainment-sales/>
- Erdősi, P. M., & Solymos, Á. (2019). *IT biztonság közérthetően* (verzió 4.0). Budapest: Neumann János Számítógép-tudományi Társaság.
- Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does Gamification Work? — A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. *Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences, January*(6–9). <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.377>
- LPE. (2018). The Video Games' Industry is Bigger Than Hollywood. Retrieved October 6, 2019, from <https://lpesports.com/e-sports-news/the-video-games-industry-is-bigger-than-hollywood>
- Poore, M. (2015). *Hogyan használjuk a közösségi médiát az oktatásban?* Budapest: Wolters Kluwe.
- Wijman, T. (2019). The Global Games Market Will Generate \$152.1 Billion in 2019 as the U.S. Overtakes China as the Biggest Market. Retrieved October 6, 2019, from <https://newzoo.com/insights/articles/the-global-games-market-will-generate-152-1-billion-in-2019-as-the-u-s-overtakes-china-as-the-biggest-market/>