

A GAMIFIKÁCIÓ SZOCIÁLIS ÉS CSOPORTDINAMIKAI ÖSSZEFÜGGÉSEI

Szerző:

Jaskóné Gácsi Mária (PhD)
Miskolci Egyetem

Szerző e-mail címe:
maria.gyasi@gmail.com

Lektorok:

Szabóné Balogh Ágota (Ph.D.)
Gál Ferenc Egyetem

Stóka György (Ph.D.)
Tokaj Hegyalja Egyetem

...és további két anonim lektor

Absztrakt

A gamifikált közeg működése és metodikája a pszichológia eredményeire támaszkodva használja a játéktervezés eszközeit. A kölcsönhatás a gamifikációs jellemzőkkel pozitívan hat a társadalmi, érzelmi és kognitív elkötelezettségre, fokozza a lojalitást, valamint a célok elérése érdekében adoptálni lehet a bevonáson alapuló funkciókat, például a társadalmi részvétel fokozására irányulókat. A társadalmi kihívásokra kezelési módokat nyújt a játékosítás. Repertoárjai között olyan módszereket találhatunk, melyekkel a társadalmi kihívásokat is megfelelően orvosolhatjuk. Találhatunk játékosított koncepciót a szegénység és társadalmi kirekesztés mérséklésére, az energiatakarékosságra, a helyi turizmus élénkítésére, a közösségi közlekedés népszerűsítésére, vagy a természet- és környezetvédelmi problémákra. E tanulmány a társadalmi kihívások kezelésére példák és logikai kapcsolatok, valamint a hozzájuk alkalmazott gamifikációs eszközök konkrét megnevezésének lejegyzésére is vállalkozik.

Kulcsszavak: gamifikált közeg, játékelmény, oktatás, társadalmi kihívások

Diszciplína: pedagógia

Abstract

THE SOCIAL AND GROUP DYNAMICS OF GAMIFICATION

The functioning and methodology of the gamified medium draws on the findings of psychology and uses the tools of game design. Interaction with gamification features has positive effects on social, emotional and cognitive engagement, enhances loyalty, and can adopt engagement-based features such as those aimed at increasing social participation to achieve goals. Gamification offers ways to address social challenges. Its repertoire includes methods to address social challenges in an appropriate way. We can find gamification concepts to reduce poverty and social exclusion, to save energy, to stimulate local tourism, to promote public

transport, or to address nature and environmental problems. This article also undertakes to describe examples and logical links to address societal challenges and shows the specific gamification tools used to address them.

Keywords: gamified environment, game experience, education, social challenges

Discipline: pedagogy

Jaskóné Gácsi Mária (2024): A gamifikáció szociális és csoportdinamikai összefüggései. *Mesterséges Intelligencia – interdiszciplináris folyóirat*, VI. évf. 2024/1. szám. 61-71.

DOI: <https://www.doi.org/10.35406/MI.2024.1.61>

A gamifikáció megjelenése a társadalomban

Az ember születése pillanatától szeret játszani, önfelelt kikapcsolódást nyújt, élményszerzéssel társul, fejleszti a társas és a szociális kompetenciáinkat, ezért várható volt, hogy az információs társadalom felteszi majd azokat a kérdéseket, amelyek megteremtik a játékosítás alapjait (Kiss, 2021). Maga a gamification kifejezés 2002-ben született meg, azóta számtalan meghatározása és értelmezése látott napvilágot. Andrzej Marcewski 2014-ben kvantitatív és kvalitatív módszerekkel gyűjtötte össze harminc definícióját, majd ezek összefüggéseit is vizsgálta (Fromann, 2017). Marcewski kutatásának érdekessége, hogy összehasonlította a fogalmi meghatározásokat leíró szavakat, kiemelte a legnépszerűbb fogalmakat (elkötelezettség 38%, emberek 28%, szórakozás 25%, motiváció 22%). Ezek közül a definíciók közül mutatok be párat, melyek segítségével körvonalazható a gamification fogalmi meghatározása, valamint a társadalmi folyamatokra gyakorolt hatása.

„A gamifikáció egy olyan folyamat, melynek során játékszerű gondolkodást és játékszerű tervezési elemeket (játékdinamikákat, -mechanizmusokat, -elemeket) használnak fel nem játékbéli kontextusban annak érdekében, hogy a felhasználót elköteleződésre sarkallják, egy adott probléma megoldásában segítsék, vagy egy készségét/képességét felfedjék vagy fejlesszék (Barna, 2020, 20)”.

Sebastian Deterding csoportjával azt a célt tűzte ki maguk elé, hogy létrehozza a gamification általános definícióját. 2011-ben született meg az alábbi értelmezés: a játéktervezés elemeinek játékon kívüli kontextusban történő alkalmazása, vagyis a játékosok tevékenységükre nem úgy tekintenek, mint egy játékra (Fromann, 2017).

Werbach és Hunter meghatározása annyival egészíti ki ezt a leírást, hogy szétválasztja a játékelemeket és a játéktervezési technikákat, kiemeli a játéktervezői gondolkodást. A gamification az alábbi három területen jelenthet meg:

1. A belső játékosítás (internal gamification): amikor egy szervezet belső működését és folyamatait segíti a gamifikáció),

2. Külső játékosítás (external gamification): amikor a gamifikáció az ügyfelekre irányul,

3. Viselkedésmódosító játékosítás: amikor a gamifikáció nem üzleti céllal, hanem a társadalmi felelősségvállalás jegyében történik meg (Fromann, 2017).

Karl M. Kapp az oktatás területén folytatta kutatásait a játékos alapú módszerek és stratégiák alkalmazásával kapcsolatban. A játékosítás szerző által meghatározott definíciója: játékalapú működési elvek, játékesztetikai és játéktervezői gondolkodás oly célú használata, mellyel az a cél, hogy az emberek lekösse, cselekvésre sarkallja, valamint elősegítse a tanulást és a problémák megoldását (lásd: Fromann, 2017). A szerző véleménye szerint a játékok és a játékos technikák integrálása az oktatásba hatással van a tanulási attitűdökre, jelentősen növeli a tanulási motivációt. A tanulási környezet átrendezéséhez a játékok eszköztárából az alábbi motivációs elemeket szükséges mozgósítani:

- a kíváncsiság,
- a hibázás megengedése,
- másokhoz való tartozás, az elköteleződés élménye,
- a döntési kompetenciák lehetősége,
- kerettörténet biztosítása.

Gabe Zichermann és Joselin Linder munkahelyi, üzleti és marketingcélok vonatkozásában értelmezi a játékosítás fogalmát, az elköteleződést alkalmazotti és vásárlói oldalról is vizsgálja, hiszen mindkét oldalról megfigyelhető adott céghez vagy márkához kapcsolódó

lojalitás és hűség csökkenése. Zichermann és Linder szerint ezt a folyamatot a játékosítás meg tudja fordítani, e szerint a gamifikáció az a folyamat, amelyben a résztvevők elköteleződése hűségprogramok és a játéktervezés, valamint a viselkedési közgazdaságtan eszközeinek felhasználásával megnő (Fromann, 2017).

Huotari és Hamari 2012-ben a játékosítás fogalmát a szolgáltatásmarketing kontextusában határozták meg, mely szerint értékteremtés növelése céljából egy már meglévő alapszolgáltatás játékos élményekkel egészíti ki (Fromann, 2017). Ebben az értelmezésben a játékosítás a termékfejlesztés egyik ága, mely a szolgáltatások minőségi és mennyiségi javítását szolgálja.

Brian Burke, a Gartner piackutató és elemző cég szakértője, 2014-ben megállapította, hogy a játékosítás kizárólag digitális eszközökkel valósítható meg, eszerint a játékosítás olyan folyamat, mely során a játékmechanizmus és a játékelmény digitális eszközeivel a játékos motivációját és elkötelezettségét alakítják ki (Fromann, 2017).

A játékosított rendszerek struktúrája és résztvevői

A játékosított rendszerek struktúrájának három fő szintjét különböztethetjük meg (lásd. Fromann, 2017):

1. Mechanika: a játékot felépítő elemeket tartalmazza, a dinamika által meghatározott cselekvési formák határozzák meg a mechanikai elemeket.

2. Dinamika: a felhasználó által elvégzett cselekvések összegzése.

3. Esztétika: a játék során megjelenő érzelmeket foglalja össze, a rendszer által a játékosban kiváltott élményvilág képviseli az esztétikai elemeket.

A játékipar jelentős növekedésével együtt járt a játékok tudományos vizsgálata, mely kiterjed a matematikai összefüggések megfigyelésétől, a játéktervezés módszerének és technikájának vizsgálatán át a játékos viselkedésének tudományos megfigyeléséig (Kenéz, 2015). A demográfiai elemzések statisztikai eredményei azt mutatták ki, hogy a társadalom széles rétegei játszanak (férfiak és nők, tiniktől a nyugdíjas korosztályig), az átlagos játékos életkora 30 év. A játékok motivációja a játékosra gyakorolt kognitív, emocionális és társas funkciók hatásában rejlik (Kenéz, 2015). A játék élmény-hatáshoz a játékosnak bele kell feledkeznie az adott aktivitásba, rendezett tudattal harmonikus állapotba kell kerülnie. Ha egy természetes funkció olyan szociálisan kidolgozott feladattá válik, amely célirányos, előre kijelölt szabályok szerint lebonyolítható és ügyességet igényel, akkor áramlat-élmény keletkezik, megnő a játékos dopamin termelése, tehát a játék az agyat stimulálja (Kenéz, 2015).

A játékosított rendszer, ha egy motorhoz hasonlítjuk, akkor az alábbi alkatrészekből áll össze (Barna és Fodor, 2018):

- játékelmény (a piramis csúcsa, a cél),
- játékdinamika: ide tartoznak a szabályok, az érzelmeik, a történetmesélés, a játék során elért fejlődés, az

önkifejezés és a játék folyamán kiépített kapcsolati háló,

- játékelemek: ide tartoznak a kihívások, az esélyek, a versenyek, a fordulatok, az együttműködés, a visszajelzés, az erőforrások megszerzése,
- játékelem: a játékelemek nyújtják az alapot, ide tartoznak a pontok, a jelvények, a szintek, az avatárok, a teljesítmények, a ranglisták és a közösségi grafikonok.

Fontos kiemelni, hogy attól, hogy egy rendszer bármelyik játékos elemet alkalmazza, még nem lesz a résztvevők számára érdekes vagy hatékony, nem fogja a várt eredményeket produkálni. A játékosított alkalmazás akkor éri el a kívánt hatást, ha addiktív és motiváló, biztosítja a lehetőséget a résztvevő rövid távú céljainak elérésére, annak hibázására egyaránt, valamint a bukásra és az újra próbálkozásra is (Barna és Fodor, 2020). Összefoglalva az elköteleződés növelésében az alábbi tényezők megléte játszik szerepet: jövőkép, lehetőségek, munka és feladatok, önrendelkezés, szociális környezet, kommunikáció, környezet, vállalati értékek és gyakorlatok, javadalmazás és elismerés (Barna és Fodor, 2020).

A játékosok a motivációjuk alapján több-féleképpen is tipizálhatóak (Fromann, 2017). Ezek közül a Bartle-modell kerül bemutatásra a továbbiakban. Richard Bartle nevéhez fűződik a sokszereplős online szerepjáték megszületése 1978-ban, majd 1996-ban létrehozott egy harminc itemből álló tesztet is azzal a céllal, hogy a játékosokat a játékidentitásuk alapján a négy fő játéktípus egyikébe beossza.

1. Teljesítők (achievers): a teljesítők vagy más néven a törekvők csoportja azon játékosokból áll, akik az eredményességre törekednek (különböző jutalmak, felszerelések, tárgyak megszerzése, szintek lépése, minél több pont gyűjtése). A játék számukra akkor a legélvezetesebb, ha a többi játékosnál felkészültebbek és magasabb szinten vannak.

2. Felfedezők (explorers): a felfedezők azok a játékosok, akik a játék világának, környezetének felfedezésére, bebarangolására törekednek. Elsődleges céljuk a játék során, hogy a különböző rejtvényeket megoldják, a rejtett kincseket megtalálják, a titkokat megfejtsék.

3. Társaságiak (socializers): azok a játékosok, akik elsősorban arra törekednek a játék során, hogy a többi játékosal kapcsolatot teremtsenek, a játékot egy nagy chatszobaként értelmezik. Kiemelt céljuk, hogy a játék során minél hamarabb és minél több baráttra tegyenek szert, valamennyi csoporthoz, guildhez, klánhoz csatlakozzanak. Általában segítőkészek, empatikusak, nyitottak. Gyakran használnak a játékon kívüli kommunikációs csatornákat is.

4. Gyilkosok (killers): a játékosok azon csoportja, akik abban lelik örömeiket a játék során, ha másokat elpusztíthatnak vagy valamilyen kárt okozhatnak. Abban lelik örömeiket, ha fitogtathatják a hatalmukat, bosszanthatják a csapattársaikat. Játékmódjuk agresszív és provokatív, a játékos társadalom betöltött szerepük által mégsem negatív szereplők, mert nem antiszociálisak, nem szabályáthágó trollok, sőt gyakorta ők a guildek vezetői. A játék kompetitív része áll náluk a

középpontban, személyközi harcok által próbálnak társaik fölé keveredni.

A JátékosLét kutatásai ezeket a kategóriákat bővítették ki a különböző csoportdinamikai összefüggések tükrében (Fromann, 2017). A kvantitatív és kvalitatív módszerek által sikerült a napjaink is érvényben lévő F-modellt kialakítani, melyben két fő dimenziót (emberközpontú, világközpontú), három motivációs főkomponenst (versengő, közösségi, felfedező), és a hozzájuk tartozó hét motivációs alkomponenst, azaz a hét játékos típust (vezető, harcos, csapatjátékos, társkereső, fantáziáló, gyűjtögető, problémamegoldó) különböztet meg.

A gamifikáció felépítése, a társadalmi részvétel fokozására irányuló alkalmazási területei

A játékosítás működése és módszertana a pszichológia eredményeire támaszkodva használja a játéktervezés eszközeit (Fromann, 2017). A kölcsönhatás a gamifikációs jellemzőkkel pozitívan hat a társas, érzelmi és kognitív elkötelezettségre, fokozza a lojalitást, valamint a célok elérése érdekében adoptálni lehet a bevonáson alapuló funkciókat, például a társadalmi részvétel fokozására irányulókat (Kiss, 2021).

A játékosítás módszereit négy csoportba lehet besorolni (Czeily és Dajnoki, 2021).

1. A jutalmon alapuló gamifikációs módszer (reward-based gamification): abban az esetben ajánlott ezt módszert alkalmazni, ha rövidtávú céljaink vannak. Például, ha egy szervezet azonnali változásokat szeretne elérni. A módszer alkalmazása az elkötelezettség azonnali

elmélyülését eredményezi, mivel az új rendszer felkelti a felhasználók érdeklődését, akik minél hamarabb saját kézből szeretnék meg tapasztalni az izgalmas változásokat. Ez a pozitív irányú elmozdulás viszont csak addig tart, amíg a jutalmazási rendszer is működik. Ha megszűnik a jutalmazás, az addig kiváltott pozitív hatások is megszűnnek.

2. Az ösztönös gamifikációs módszer (Meaningful gamification): ez a módszer abban az esetben ajánlott, ha hosszú távú eredményeket szeretnénk elérni. Nevéből adódóan ez egy olyan módszer, amely az emberek belső késztetéseire épít. Vannak olyan cselekvések, amiket az emberek azért éreznek fontosnak, mert belső késztetést éreznek az elvégzésére.

A szervezeti integrációs elmélet szerint, ha az egyén belső késztetés hatására végez el egy adott tevékenységet, akkor a megvalósításhoz fűződő viszonya pozitívabb képet mutat. A belső motiváció hatására megtett tevékenységek elért eredmények élvezetesebbek, fontosabbak, jelentőségtelegebbek és nagyobb kihívást jelentenek. A módszer nehézsége, hogy a résztvevők számára olyan egyéni kihívásokat teremtsen, melyek felébresztik a belső motivációjuk (ez mindenkinél más és más).

3. A strukturális gamifikációs módszer (Structural Gamification): olyan módszer, mely nem változtat a tevékenységek tartalmán, de azt játékos elemekkel ruházza fel, az előadási mód játékosítása megy végbe.

4. A tartalmi gamifikációs módszer (Content gamification): olyan strukturális változásokat visz végbe, melyek során megváltoztatja a

tevékenység tartalmát, és azt játékká transzformálja. Költséges módszer és kevésbé rugalmas. Ilyen például a Farmville és a Duolingo.

A játékosítás az alábbi területeken alkalmazható például:

- menedzsment, dolgozói motiváció, szolgáltatási marketing, tudásmenedzsment, fogyasztó lojalitás,
- marketing, online fogyasztói magatartás,
- innováció, termékfejlesztés, szolgáltatás, ipari szolgáltatásfejlesztés,
- turisztika, turizmus,
- oktatás-kutatás, hallgatói motiváció,
- termelés, logisztika
- egészségügy,
- kulturális területek.

A játékosítás folyamatának lehetséges eredményei a szervezet különböző analitikai szintjein (Tóth, 2022):

1. Egyéni szintű eredmények:

1.1. Észlelés: a kreativitás, a problémamegoldó képesség fejlődik, a tanulói készség fokozódik,

1.2. Egészség és jóllét: csökken a kimerültség érzet, az unalom és a stressz,

1.3. Attitűd: az érzelmeket könnyebben fejezi ki az egyén, növekszik a munkahelyi elégedettség és a szervezeti bevonódás,

1.4. A feladathoz kapcsolódóan is jelennek meg eredmények: a feladatok játékká transzformálása megnöveli a velük eltöltött időt, a tréningek gyakorlatba átültetése hatékonyabban megy végbe.

2. Csoport szintű eredmények:

2.1. A tagok között erősödik a bizalom, kreatív és hatékony munkahelyi klíma alakul ki, erősödnek a társas interakciók, ezzel a

kötődések mennyisége és minősége is, a szolidaritás érzés fejlődök a hierarchia különböző szintjein és a különböző munkakörökben dolgozók között,

2.2. Szervezeti szintű eredmények: barátságosabb szervezeti légkör alakul ki, az elköteleződés mértéke növekszik a szervezet irányába.

A felsorolt alkalmazási területeken közvetlenül alkalmazható és érzékelhető játékosítás hatékonysága. A társadalmi kihívásokra kezelési módokat nyújt a játékosítás, eszköztárban olyan módszereket találhatunk, amelyekkel a továbbiakban kifejtett társadalmi kihívásokat is megfelelően kezelhetjük (Kiss, 2021). Találhatunk gamifikált akciókat a szegénység és társadalmi kirekesztés mérséklésére, az energiatakarékosságra, a helyi turizmus élénkítésére, a közösségi közlekedés népszerűsítésére, a természet- és környezetvédelmi problémákra. A társadalmi kihívások kezelésére példák és logikai kapcsolatok, valamint a hozzájuk alkalmazott gamifikációs eszközök konkrét megnevezése (Kiss, 2021):

- energiapazarlás: energiatakarékosság, MVM EDISON startup verseny, Okosotthon,
- generációs feszültségek:
 - generációs különbségek csökkentése: Evoke, Szociopoly, Gamifikált oktatás,
 - munkahelyi kompetenciák erősítése: COVIDEA, Babel, Coursera, Doulingo, Redmenta.com, Start me up! ötletverseny, COVIDEA, MVM EDISON startup verseny,
 - tudásbővítés szolgálata: Országos Kéktúra, Geocaching, Okosotthon, Okos-

kosár, Immigropoly, FreeRice, Gamifikált oktatás

- hátrányos helyzetű területek és lakóik elmaradottsága:
 - helyi turizmus élénkítése: Kajla Útlevel, Geocaching, Országos Kéktúra,
 - szegény és társadalmi kirekesztés mérséklése: Szociopoly, Immigropoly, FreeRice, Evoke,
- természeti környezet szennyezése:
 - közösségi közlekedés népszerűsítése: Kajla Útlevel,
 - természet és környezet védelme: Kajla Útlevel, Geocaching, Országos Kéktúra, Rókakalandozó, Okosotthon, Okoskosár.

A fenti felsorolásban Kiss Gergely tanulmányából összegeztem a társadalmi kihívásokat és mellérendeltem a már gyakorlatban szereplő gamifikált lehetséges módszereket, melyeket aszerint is csoportosítottam, hogy mely problématerületen nyújthatnak hatékony segítséget. Ez alapján a helyi kisközösségek, civil szervezetek mellett újonnan létrejövő, vagy már korábban működő vállalkozások, szervezetek is kiválóan alkalmazhatnak a gamifikáció szemléletével kiegészített jó gyakorlatokat. A jó gyakorlatok általános társadalmi hatásaként figyelhető meg a gamifikáció motivációs aspektusai (Kiss, 2021).

A Szociopolyt szeretném részletesebben bemutatni, mert ez az egyik olyan gamifikációs módszer, amely a játékosítás szociális funkcióját szolgálja. Amellett, hogy nagyon intenzív program, a tudásbővítő funkciója is vitathatatlan.

Az ötlet és annak megvalósítása a Gyerekesély Közhasznú Egyesület gondozásában történt a szegénység és a társadalmi kirekesztettség elleni harc egyik fegyvereként. A 20-25 fős csoportok számára megalkotott interaktív társasjáték a mélyszegénységgel kapcsolatosan kíván új ismeretek nyújtani, valamint lehetőséget adni a résztvevőknek a sztereotípiáik átgondolására az által, amit saját maguk élnek meg a játék során (Kiss, 2021). A játék időtartama három óra, és képzett játékvezetőre van szükség hozzá. A „képzett” szó jelentésén azt a komplex tudást és készségek, képességek halmazát értjük, amely ötvözi az adott szituációhoz kapcsolódó földrajzi és történelmi ismereteket a megfelelő vezető képességekkel, de a játékvezetőnek ismernie kell a szociális összefüggéseket és folyamatokat is! A játék a családok mindennapi megélhetését mutatja be a munkavállalástól a bevásárláson át a váratlan kiadásokig. A csapattagoknak bele kell képzelniük magukat egy-egy családtag szerepébe, és a helyzetnek megfelelően kell viselkednie, döntéseket hoznia. A játék alkalmas a szociális érzékenység növelésére, a csapatépítésre.

A gamifikáció az oktatásban

A gamifikáció a játékok és a játékelemek alkalmazása az élet játékon kívüli területein azaz a céllal, hogy az ott zajló folyamatokat érdekesebbé és eredményesebbé tegye, (Fromann és Damsai, 2016). A tanulási folyamatban ez kétféleképpen valósulhat meg: tartalmi és strukturális gamifikáció révén (Jaskóné, 2020).

1. Az óra menetére vonatkozó, azaz tartalmi gamifikációt segítő eszközök:

a. Classcraft: a diákok tanulási készségfejlesztése és az eredményes csapatmunkára való felkészítésük a felület elsődleges célja, a tananyagtól függetlenül egy szerepjátékos rendszert integrál az oktatásba különleges jutalmazási rendszerrel. Mind felületében, mint tartalmában részletesen kidolgozott, használatára érdekesítő (Jaskóné, 2020).

b. MinecraftEdu: grafikai elemekben szegényesen felépített, így a diákokat nem terheli. Milyen oktatási céllal alkalmazható? Például virtuális kirándulás szervezésére távoli helyeken, vagy egykori csaták helyszínére, szimulálhatják vele fizikai kísérletek eredményeit. A portál a pedagógusok számára komplett óravázlatokat is kínál.

c. A magyar fejlesztésű Okos Doboz: a feladatokat tantárgyak és témakör szerint kategorizálja, alsó és felső tagozatos, valamint középiskolás diákok számára. A gyűjtemény digitalizált tesztek tartalmaz, melyek szerkezetükben nem térnek el a papíralapú tesztek szerkezetétől, playful design elemeket sem tartalmaznak (Jaskóné, 2020).

d. Magyar nyelvű felület a Redmenta: feladatlap-készítő felület, amely a pedagógusok munkáját kívánja megkönnyíteni, de ez az oldal sem tartalmaz playful design elemeket.

e. Classtools: angol nyelvű oldal, melyet pedagógusok számára hoztak létre, többféle feladat- és játéktípust találhatunk rajta (például puzzle, arcade-típusú játékok, Facebook-profil készítés híres emberek számára), a megjelenés megfelel a playful design elvárásoknak.

f. GoalBook: a diákok közötti interakciót részesíti előnyben, különösen a csapatmunkát oly módon, hogy a pedagógus és a szülő is nyomon követheti az egyéni tanulói fejlődés mérföldköveit (Formann és Damsa, 2016).

g. ClassDojo: olyan digitális tanterem, digitális osztálymenedzselési rendszer, mely bevonja a diákot, a tanárt és a szülőt is egy egységesített rendszerbe, ahol lehetőséget kapnak különböző kihívások kiépítésére és teljesítésére is, a diákok avatárt készíthetnek maguknak, amit a folyamatok során fejleszhetnek aktivitásukkal (Fromann, Damsai 2016).

h. KidBlog: olyan kommunikációs felület, amely egész osztályok számára biztosítja, hogy egymás között tartalmat oszthassanak meg. Tanárok által fejlesztett program, mely elsősorban az íráshoz kapcsolódó képességek és készségek fejlesztéséhez kíván hatékony eszközt nyújtani (Fromann, Damsai 2016).

i. OpenBadges: a Mozilla által fejlesztett felület, mellyel változatos érdemrend- és jelvényezett építhető ki az általunk felvázolt célok és kihívások köré. A program biztosítja a folyamatos visszacsatolás lehetőségét (Fromann, Damsai 2016).

Nem feltétlenül elektronikus környezetet igénylő, de a kognitív képességeket járékos formában fejlesztő pszichológiai fejlesztő-programra szolgálhatnak példaként az OxIPO-projekt képességfejlesztő alprogramjának gyakorlatai (Mező, 2020, 2022).

2. A számonkérés-értékelésre vonatkozó, azaz strukturális gamifikáció. Az értékelésre vonatkozó játékosítás során nagyon fontos

tényező a diákok optimális terhelése (a feladatok ne legyenek se túl könnyűek, se túl nehezek), a megfelelő szintezés (részcélok, melyek fenntartják a motivációt), jutalmazási rendszer (teljesítményt követő visszacsatolás), döntések és választások felkínálása (a diákoknak legyen lehetősége az események alakítására).

Győri Krisztina és Papp Dávid 2020-ban kérdőíves kutatást végzett e területen: a hagyományos és a videójátékkal tartott tanórákat hasonlították össze, a résztvevő diákoknak kellett adott szempontok alapján pontozni a tanórákat. A két csoport eredményei között mintázatbeli hasonlóságok figyelhetőek meg, de a motiváció átlagértéke kiugró a videójátékkal történő oktatás esetében (Győri és Papp, 2020).

Zárógondolatok

A játékosítás szemlélete nap mint nap bizonyítja létjogosultságát az oktatásban, melyek a tudásbővítés alternatív lehetőségeként materializálódnak, a különböző korcsoportokhoz tartozó diákok figyelmének fenntartását és a közös munka élményét bizonyítottan biztosítva. A gamifikációs módszereket alkalmazó oktatók tapasztalata az, hogy nemcsak a tanulói aktivitás nő, hanem ezzel egyenesen arányos a tanulói teljesítmény is, jobb érdemjegyek születnek. Az innovatív lehetőségekre a diákok korosztálytól függetlenül nyitottabb és tevékenyebb hozzáállást mutatnak. A gamifikáció az élménypedagógia (Mező, 2015) szolgálatába állítható remek eszköz a tanulók

érdeklődésének felkeltése, fenntartása céljából – ennek speciális esete például a robotokkal történő oktatás (Mező és Szabóné, 2021).

Irodalom

Barna Balázs (2020): Gamifikáció hatásának vizsgálata vállalati és oktatási közegben. Doktori értekezés. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságinformatika Doktori Iskola. Letöltés: 2024.04.01.
URL: https://phd.lib.uni-corvinus.hu/1102/1/Barna_Balazs_dhu.pdf

Barna Balázs és Fodor Szabina (2018): Gamifikált közösségi megoldás használata a kedvezőbb munkahelyi légkör kialakítása érdekében. Vezetéstudomány. Budapest, *Management Review*, 49 (3). 2-10.

Czeily Tibor – Dajnoki Krisztina (2021): Játékosítás mint a HR új stratégiai eszköze. *Economica*. XII. Új évfolyam, 1-2. szám.

Fromann Richárd (2017): *Játékoslét. A gamifikáció világa*. Typotex, Budapest.

Fromann Richárd és Damsa Andrea (2016): A gamifikáció (játékosítás) motivációs eszköztára az oktatásban. *Új Pedagógiai Szemle*. 2016/ 3-4. szám.

Győri Krisztina és Papp Dávid (2020): MinecraftEDU – Van-e relevanciája a videójátékokkal történő oktatásnak? *Mesterséges intelligencia – interdiszciplináris folyóirat*, II.évf. 2020/2. szám. 23-33. DOI: <https://www.doi.org/10.35406/MI.2020.2.23>

Jaskóné Gácsi Mária (2020): Gamifikáció a pedagógiában. *Mesterséges intelligencia – interdiszciplináris folyóirat*, II. évf. 2020/1. szám. 83-91. DOI: <https://www.doi.org/10.35406/MI.2020.1.83>

Kenéz András (2015): Gamification - a játékok alkalmazása a marketingben és a marketingoktatásba. *Marketing és Menedzsment*, 49(4), 36-51.

Kiss Gergely (2020): A játékosítás alapjai, avagy beszéljünk a gamifikációról! In: Tavaszi Szél 2019 Konferencia In: *Spring Wind 2019: Konferenciakötet II*. Doktoranduszok Országos Szövetsége, Budapest, 284-289.

Kiss Gergely (2021): A gamifikáció szerepe a társadalmi kihívások kezelésében. *Információs Társadalom: társadalomtudományi folyóirat*, 21 (1). 125-142.

Mező, Ferenc (2022): Fogalomalkotó gondolkodást fejlesztő gyakorlatok az OxIPO modell aspektusából.) *OxIPO – interdiszciplináris tudományos folyóirat*, 2022/3. 43-55. DOI: <https://www.doi.org/10.35405/OXIPO.2022.3.43>

Mező Katalin (2015): *Kreativitás és élménypedagógia*. Kocka Kör, Debrecen.

Mező Katalin és Mező Ferenc (2020). Az OxIPO játékgyűjtemény a kognitív képességek fejlesztéséért. *Különleges Bánásmód Interdiszciplináris folyóirat*, 6(1), 63-73. DOI: <https://doi.org/10.18458/KB.2020.1.63>

Mező Katalin és Szabóné Burik Erika (2021): A robotokkal történő oktatás, az

élménypedagógia aspektusából. *Mesterséges intelligencia – interdiszciplináris folyóirat*, III. évf. 2021/2. szám. 19-32. DOI:

<https://doi.org/10.35406/MI.2021.2.19>

Szabóné Balogh Ágota (2023): Mesterséges intelligencia az oktatásban. *Mesterséges intelligencia – interdiszciplináris folyóirat*, V. évf. 2023/2. szám. 51-61. Doi:

<https://doi.org/10.35406/MI.2023.2.51>

Tóth Rita (2022): Játék és játékosság a szervezetben. *Vezetéstudomány, Budapest Management Review*, 53 (2). 15-26.