



**I Quaderni della Fondazione degli Psicologi della Toscana**

**Videogiochi come strumento innovativo per  
valutare i tratti di personalità della generazione dei  
Millennials. Una ricerca esplorativa**

**Gaetano Andrea Mancini e Elena Formica**

**Numero 6**

**Luglio 2018**

## Videogiochi come strumento innovativo per valutare i tratti di personalità della generazione dei Millennials. Una ricerca esplorativa

Gaetano Andrea Mancini e Elena Formica

### Introduzione

Negli ultimi anni, a causa della sempre più diffusa disponibilità di videogiochi a prezzi accessibili su dispositivi digitali come computer portatili e *smartphones*, è esperienza comune vedere bambini e adulti, ragazzi e ragazze, che trascorrono il loro tempo libero a giocare alle più recenti applicazioni di gioco con un alto livello di coinvolgimento, sfidando sé stessi o il loro amici collegati online. Da professionisti del settore psicologico, osservare questi comportamenti solleva qualche domanda: perché i videogiochi e le applicazioni *mobile* di gioco sono così popolari? Attraverso quali modalità riescono a coinvolgere così tanto le persone? Quali sono i meccanismi alla base del loro successo? In una prospettiva di ricerca psicologica, data la loro ampia diffusione, possono essere utilizzati come strumento per l'apprendimento e la valutazione delle caratteristiche di personalità? Nelle pagine che seguono si riportano i risultati principali della ricerca condotta da Laborplay<sup>®</sup>, spinoff dell'Università di Firenze, circa la possibilità di utilizzare i videogiochi come strumenti innovativo per la valutazione dei tratti di personalità dei Millennials. Per approfondimenti, la ricerca è stata pubblicata sul Bollettino di Psicologia Applicata (Giunti, n. 280, p. 29-49).

### Il gioco come strumento per l'apprendimento per ragazzi e...non solo



Nel corso del secolo scorso, è stata pubblicata una notevole mole di letteratura scientifica sul tema del gioco e sull'impatto che può avere sullo sviluppo e sull'apprendimento, soprattutto nella prima infanzia: è un'attività complessa molto importante in termini evolutivi, un contesto sicuro di apprendimento dove i rischi connessi alla violazione di regole vengono minimizzati e dove è possibile testare diversi comportamenti per la risoluzione dei problemi (Piaget, 1959; Winnicott, 1971, Bruner, 1981). In estrema sintesi, il gioco aiuta a prepararsi alla vita adulta e a sviluppare capacità fisiche,

emotive, sociali e morali (Groos, 1898; Huizinga, 1939; Callois, 1981; Bateson 1987). Secondo Gray (2008), cinque sono le caratteristiche fondamentali del gioco: a) è frutto di una scelta ed è un'attività auto-diretta; b) è un'attività in cui i mezzi hanno più valore dei risultati; c) ha una struttura, delle regole, che non sono dettate dalla necessità fisica ma che vengono emanate dalla mente dei giocatori; d) è un'attività immaginativa, che si allontana da ciò che è percepito come "reale" o da ciò che è "serio"; e) stimola il coinvolgimento ed uno stato mentale attivo, attento ma non stressato. L'autore sottolinea come il gioco sia, prima di tutto, una modalità di relazione con gli altri e con il mondo improntata alla libertà e alla democrazia: i giocatori non solo scelgono di giocare, ma dirigono attivamente le proprie azioni durante il gioco. Il gioco implica sempre la presenza di un set di regole, ma tutti i giocatori devono scegliere liberamente di sottostarvi; se le regole vengono modificate, queste modifiche dovranno essere esplicitamente accettate da tutti i giocatori.

Ciò non è vero solo per i bambini, ma anche per gli adulti in ambito lavorativo: gli adulti che hanno un buon livello di libertà rispetto a come e quando fare il loro lavoro, spesso sperimentano il lavoro come un gioco, e ciò torna utile soprattutto quando le attività sono particolarmente difficili, perché sperimentano un sentimento di sfida positiva, dove l'attività è complessa ma affrontabile; al contrario, le persone che lavorano in un ambiente dove devono seguire regole imposte dall'alto e non condivise, raramente provano questo tipo di sentimento rispetto alle loro attività lavorative. Tuttavia, nell'ambiente organizzativo questa visione del gioco è scarsamente sostenuta e raramente incentivata: il gioco è considerato un'attività improduttiva, da evitare e, qualora sia concesso giocare, è richiesto di farlo con una finalità competitiva. Eberle (2014) sottolinea però come, di fatto, gli adulti non perdano la curiosità per le novità, per le attività piacevoli e divertenti quando crescono: il gioco continua ad essere percepito come interattivo, soddisfacente, altamente coinvolgente, vitale per risolvere problemi e per sviluppare capacità creative e relazionali. Per questo motivo, negli ultimi decenni, è possibile notare un crescente interesse nell'uso di strumenti ludici nei contesti aziendali e organizzativi al fine di ottenere un "apprendimento continuo" (*continuous learning*), termine che si riferisce alla capacità di sviluppare e migliorare continuamente le proprie competenze e conoscenze per eseguire efficacemente le proprie mansioni e adattarsi ai cambiamenti sul luogo di lavoro.

Fare esperienza, essere coinvolti e attribuire significati attraverso la narrazione possono essere considerati fattori chiave per un apprendimento continuo e, a dire il vero, per l'apprendimento in generale (Lewin, 1951; Kolb, 1984). Inoltre, le recenti evidenze scientifiche suggeriscono che l'apprendimento è più efficace quando è attivo, basato su problemi reali, esperienziale e in grado di fornire feedback immediati (Connolly et al., 2012): i giochi seri ed i business games sembrano essere pienamente in grado di soddisfare questi bisogni perché, attraverso la simulazione di situazioni reali ed il coinvolgimento diretto dei partecipanti, riescono a veicolare un messaggio, trasferire degli insegnamenti, facilitare l'esperienza; quindi, possono essere utilizzati per promuovere forme di apprendimento individuale e organizzativo, formare alle competenze trasversali (soft skills) e sostenere la collaborazione, la motivazione e la capacità di lavorare in gruppo.

L'interattività, un alto livello di coinvolgimento e la possibilità di ricevere feedback immediati sono, tra l'altro, aspetti centrali dei videogiochi: queste caratteristiche offrono grandi opportunità di successo per questi software come strumenti di apprendimento in ambienti molto diversificati.

## **Che cosa sono i videogiochi**

Un videogioco può essere definito come "un dispositivo ludico elettronico che prevede l'interazione dell'uomo con un'interfaccia-utente che genera feedback visivi su un dispositivo video" (Treccani). Diversi sono i supporti necessari per giocare ad un videogioco: i sistemi elettronici grazie ai quali è possibile usufruire dell'esperienza ludica sono conosciuti come "piattaforme" e possono variare da grandi computer mainframe a piccoli dispositivi informatici portatili. Nel corso degli anni vi è stata

una contemporanea evoluzione grafica e di software, sposando architetture grafiche sempre più iperrealistiche con architetture algoritmiche sempre più complesse. I giochi elettronici sono apparsi all'inizio degli anni 1950 parallelamente ai primi calcolatori: i ricercatori di allora, infatti, pensarono di realizzare programmi di simulazione di giochi a due per mettere a confronto la nascente intelligenza artificiale della macchina con quella dell'uomo. Da allora, le industrie del settore, soprattutto giapponesi e statunitensi, cominciarono a proliferare e a espandersi in tutto il mondo, riuscendo a superare anche un paio di drammatiche crisi di mercato, nel 1977 e nel 1983. La diffusione dei videogiochi ha conosciuto un ulteriore impulso negli anni 1990, grazie all'avvento di Internet: oggi possono cimentarsi con uno stesso videogioco contemporaneamente molte persone, dislocate in varie parti del mondo, creando una rete invisibile estremamente vasta, tale da superare distanze fisiche e culturali.



### **Videogiocatori e industria del videogioco**

Nel 2010, l'industria dei videogiochi ha aumentato la sua importanza commerciale, con una crescita esponenziale trainata in particolare dai mercati asiatici emergenti e dai giochi per dispositivi mobili. Nel 2015, i videogiochi hanno generato vendite per 74 miliardi di dollari l'anno in tutto il mondo: per quanto riguarda il contesto italiano, AESVI (l'associazione che rappresenta l'industria dei videogiochi in Italia) ha dichiarato che il mercato dei videogiochi ha terminato il 2015 con un fatturato di quasi 1 miliardo di euro e un trend di crescita del 6,9% rispetto al 2014. Nel 2015, in Italia sono più di 25 milioni i videogiocatori (49,7% della popolazione italiana con un'età maggiore di 14 anni) distribuiti equamente per sesso. La distribuzione dei gruppi per età mostra una diffusione dei giocatori per fasce d'età fino a 54 anni, con una concentrazione significativa nella fascia 14-24 anni (19,2% dei giocatori, rispetto al 12,4% della popolazione italiana), nella fascia 25-34 anni (18,1% dei giocatori, rispetto al 13,3% della popolazione italiana) e nella fascia 35-44 anni (24,3% dei giocatori, rispetto al 17,7% della popolazione italiana). Un'analisi più approfondita delle variabili socio-demografiche ha delineato un profilo di giocatori con un livello di istruzione medio-alto (il 49,8% dei giocatori ha un diploma di laurea o una laurea, il 7,7% in più rispetto alla media nazionale). Gli obiettivi di vita dichiarati dai giocatori mostrano anche la ricerca di un equilibrio tra le esigenze professionali e familiari (raggiungimento del successo nella professione e/o nello studio, l'ottenimento di un lavoro sicuro e uno stipendio dignitoso e/o l'aver figli), la ricerca di situazioni di divertimento, di vacanze e di sport). L'ampia diffusione dei dispositivi mobili, lo sviluppo dell'infrastruttura della rete mobile e l'uso più assiduo della tecnologia da parte dei consumatori italiani hanno portato gli sviluppatori di videogiochi a incrementare, negli ultimi due anni, il loro investimento nelle applicazioni e nei siti mobili, contribuendo così a sviluppare applicazioni di gioco complesse e altamente coinvolgenti, ben conosciuti dalla generazione dei Millennials.

## **I Millennials: una generazione complessa che parla un linguaggio complesso**

I Millennials sono una coorte demografica posizionabile tra la generazione X e la generazione Z: il nome è stato coniato da Strauss & Howe per riferirsi a coloro che sono nati dai primi anni '80 agli inizi degli anni 2000. Per quanto riguarda i tratti di personalità, sono descritti come cittadini del mondo con un forte senso di comunità (sia locale che globale) (Strauss & Howe, 2000); come fiduciosi e tolleranti, ma anche come narcisisti e con un forte senso di giustizia (Twenge, 2006); come



"bambini trofeo", un termine che riflette una tendenza ad essere competitivi (Alsop, 2008); come persone che ricercano costantemente la versatilità, la flessibilità e l'innovazione sul posto di lavoro (Kunreuther, Kim & Rodriguez, 2009); come ottimisti, impegnati e giocatori di squadra (Furlong, 2012). Data questa descrizione breve ma complessa, non dovrebbe sorprendere l'incremento significativo e costante dei videogiocatori in tutto il mondo, incluso il contesto italiano: le caratteristiche dei videogiochi di impegno, versatilità, innovazione, competitività e possibilità di ricevere feedback istantanei (ma, non di gratificazione istantanea) sembrano essere facilmente compatibili con tutto ciò che Millennials cercano nella vita reale.

### **Classificazione dei videogiochi**

Data la loro costante innovazione e trasformazione rispetto alla qualità grafica, alle intelligenze artificiali, alle rappresentazioni degli avatar e alle trame, classificare i videogiochi può risultare un arduo compito. Superando i limiti delle classificazioni di genere, che rischiano di essere troppo concise, con terminologie troppo tecniche oppure troppo generali, senza definire criteri di inclusione dei giochi per generi specifici, Rolling e Adams (2006) si sono distinti per aver svolto un'analisi approfondita e sistematica dei generi di gioco, consentendo così di arrivare ad una classificazione unitaria. Gli autori hanno introdotto il concetto di "elementi chiave dei giochi" (o meccaniche), per indicare la presenza di alcuni elementi "di struttura", equivalenti al concetto di "atomi" in fisica, ovvero le parti più piccole che i giochi possono avere. Le meccaniche sono: 1) regole, 2) tipi delle sfide da superare, 3) condizioni di vittoria, 4) impostazioni dello scenario di gioco, 5) livello di astrazione-realismo, 6) modalità di interazione, 7) ruolo dei giocatori, 8) strutture e 9) narrativa. In questa teorizzazione, i generi di gioco sono raggruppamenti di una particolare serie di elementi: questa prospettiva ha consentito di descrivere la relazione tra i generi di giochi e gli elementi di gioco, permettendo l'identificazione di aspetti fondamentali che rendono i videogiochi strumenti coesi e unitari.



## La ricerca: associazione tra videogiochi e tratti di personalità

Utilizzando questo contributo come punto di partenza, Zammito (2010) ha rivisto la categorizzazione dei generi di gioco ed ha successivamente creato e validato un questionario sulle preferenze di gioco, che è stato considerato come riferimento fondamentale per sviluppare uno strumento finalizzato ad indagare l'eventuale relazione tra preferenze di gioco, meccaniche di gioco e tratti di personalità.

Come suggerisce l'autrice, la maggior parte dei contributi scientifici sul rapporto tra personalità e videogiochi è stata incentrata sulla suscettibilità dei videogiocatori all'aggressività e alla violenza, mentre un numero considerevolmente minore di studi ha esplorato aspetti della personalità per comprendere meglio i giocatori e le loro preferenze.



La personalità è definita come quell'insieme di caratteristiche psichiche e di modalità di comportamento che, nella loro integrazione, costituiscono il nucleo irriducibile di un individuo che rimane tale nella molteplicità e diversità delle situazioni ambientali in cui si esprime e si trova ad operare (Galimberti, 2008). In altre parole, è quella totalità organizzata che rende una persona unica: questa combinazione di tratti, bisogni e motivazioni influenza il comportamento, il pensiero e le modalità con cui le situazioni interne ed esterne vengono affrontate. Una delle teorie più note sulla personalità è il modello fattoriale dei Big Five sviluppato da Costa & McCrae (1992). Tale modello, che è uno dei più utilizzati all'interno delle organizzazioni, definisce la personalità come una combinazione di fattori (atteggiamenti, motivazioni, abilità interpersonali e stili esperienziali). I cinque fattori individuati (Apertura mentale, Coscienziosità, Estroversione, Amicalità e Stabilità emotiva) rappresentano variabili continue e la personalità può essere descritta come la probabilità che queste tendenze si manifestino in ogni individuo. Gli strumenti sviluppati in questo modello, come il NEO-PI-3 e NEO-FFI-3 (Costa & McCrae, 2010) e il BFQ-2 (Caprara, Barbaranelli, Borgogni & Vecchione, 2007), sono ampiamente utilizzati nei contesti di selezione e valutazione. Poiché l'attuale contesto organizzativo è caratterizzato da un quadro di crescente complessità, che coinvolge cambiamenti continui e inaspettati, è necessario per i lavoratori sviluppare nuove modalità di lavoro, che a loro volta richiedono lo sviluppo di diverse abilità (come simbolizzazione, anticipazione, autoregolamentazione, flessibilità cognitiva, ragionamento critico, capacità di sintesi e di distinguere informazioni importanti rispetto al flusso continuo di stimoli, creatività e innovazione); per questo motivo, non è più sufficiente analizzare il lavoro, il compito, le conoscenze e le tecniche possedute dalla singola persona: la personalità, definita come una dimensione che persiste nel tempo, è sempre più il luogo privilegiato di analisi per chi si occupa di gestione delle risorse umane.

Immaginare i giochi e i videogiochi come strumento di valutazione delle competenze, delle prestazioni e delle caratteristiche di personalità potrebbe consentire ai ricercatori e ai responsabili

delle Risorse Umane di entrare in contatto con i Millennials, ovvero l'attuale nuova generazione di lavoratori o coloro che sono prossimi ad entrare nel mercato del lavoro, che presentano tratti di personalità peculiari e trovano una piena soddisfazione nei videogiochi.

Data la mancanza di dati sull'utilizzo dei videogiochi nelle attività di valutazione, la ricerca condotta dallo spin-off dell'Università di Firenze Laborplay® si è posta come obiettivo l'esplorazione di una eventuale relazione esistente tra l'utilizzo di videogiochi e le caratteristiche di personalità, al fine di comprendere se i videogiochi potessero rappresentare uno strumento di valutazione innovativo, interattivo ed efficace per i contesti di selezione e valutazione del personale.

Le domande di ricerca sono state volte a capire se: a) esiste una relazione tra una delle teorie di personalità più conosciute (modello fattoriale del Big Five), l'utilizzo dei videogiochi e la frequenza di gioco; b) esiste una relazione tra il modello fattoriale dei Big Five e le preferenze riportate a specifiche categorie di generi diversi di gioco; c) esiste una relazione tra il modello fattoriale dei Big Five e le meccaniche di gioco.

## **Metodo della ricerca**

La ricerca ha coinvolto 981 soggetti, con un'età media di 23 anni (min. 18 anni – max 61 anni). Il 60% dei soggetti è di genere femminile; il 58% dei partecipanti è giocatore; all'interno del gruppo di giocatori, il 62% si è autodefinito come *casual gamer* (giocatore saltuario), mentre il 38% come *hardcore gamer* (giocatore abituale). I soggetti sono stati reclutati per la ricerca su base volontaria tra coloro che partecipavano agli eventi "Job Meeting", promossi da Cesop HR Consulting: una giornata in cui le persone avevano la possibilità di incontrare e prendere contatto diretto con le aziende, raccogliere informazioni, presentare i loro CV ed essere intervistati dai responsabili delle RU per accedere a posizioni lavorative aperte.

## **Misure**

I partecipanti sono stati invitati a completare, durante una singola sessione di rilevazione, tre strumenti self-report: un questionario per la raccolta di informazioni demografiche; una lista di meccaniche di gioco, definita "Checklist delle meccaniche di gioco" ed ispirata al "Gaming preference questionnaire" (Zammito, 2010); il questionario di personalità BFA (Caprara, Barbaranelli & Steca, 2002). Le fiere di lavoro rappresentano, nel contesto italiano, una reale possibilità di valutazione e selezione del personale, in cui i candidati che competono per le posizioni aperte nelle aziende; per questo motivo abbiamo utilizzato tabelle di riferimento per il contesto di selezione e valutazione durante la fase di scoring del punteggio dei dati BFA. Il tempo necessario per completare l'intera batteria di questionari era di circa 20 minuti.

## **DISCUSSIONE DEI RISULTATI**

Si riporta di seguito una sintesi della discussione dei risultati della ricerca, suddivisa per le domande di ricerca condotte con l'obiettivo di rendere facilmente leggibili le informazioni riguardanti le rilevazioni effettuate.

Per quanto riguarda la prima domanda di ricerca, i giocatori e i non giocatori sono stati messi a confronto rispetto alle dimensioni del BFA.

- **Amicalità:** I giocatori hanno mostrato un punteggio medio più alto sulla dimensione dell'Amicalità, rispetto ai non giocatori: questo dato potrebbe essere interpretato come una

maggior inclinazione alla dimensione sociale dei giocatori rispetto ai non giocatori; in ogni caso, vista la differenza nella numerosità dei due campioni che potrebbe aver influenzato questo dato, è stata condotta un'analisi della dimensione dell'effetto riscontrando un effetto piccolo, ma comunque significativo: questa analisi suggerisce quindi che i giocatori e i non giocatori non presentano differenze sostanziali rispetto alla dimensione dell'Amicalità.

- **Stabilità emotiva:** i giocatori hanno riportato punteggi medi più alti sulla dimensione della Stabilità emotiva, e lo stesso pattern può essere notato sulle sotto-dimensioni del Controllo delle emozioni e del Controllo degli impulsi: in questo caso, l'analisi della dimensione dell'effetto (medio per il Controllo delle emozioni ed enorme per la Stabilità emotiva e per il Controllo degli impulsi) permette di dire che i giocatori sembrano essere più capaci di esercitare un controllo rispetto alla dimensione emotiva e a quella degli impulsi. Questo dato potrebbe essere dovuto all'allenamento fornito dall'interazione con i videogiochi: come è stato sottolineato da Zillman & Bryant (1994), le persone utilizzano i videogiochi per gestire meglio i propri stati emotivi e questo può accadere in modo più o meno consapevole. Per esempio, attraverso i videogiochi le persone possono gestire le proprie emozioni, ricercando un momento di relax (ad esempio, giocando per "disconnettersi" da una giornata difficile immergendosi nel gioco e trovando sollievo allo stress) o, al contrario, per ricercare emozioni specifiche (ad esempio, uno stato adrenalinico all'interno di giochi horror). La struttura dei videogiochi sembra essere perfetta per assicurare l'ingresso dei giocatori in uno stato di flow psicologico (Czikszentmihalyi, 1998; Massimini & Carli, 1998) che è caratterizzato a) da un'intensa concentrazione su ciò che sta accadendo; b) la fusione di azione e consapevolezza; c) la perdita di auto-consapevolezza come attori sociali; d) la sensazione di essere in grado di affrontare efficacemente la situazione perché sono state sviluppate le competenze necessarie per affrontare la sfida presentata dal contesto (in questo caso, i videogiochi); e) la sensazione che il tempo passi più velocemente del normale; f) la sensazione che l'attività in cui si è coinvolti sia soddisfacente. Lo stato di flow psicologico, in ogni caso, non è una condizione sempre presente durante le sessioni di gioco; è, di fatto, uno stato emotivo che si raggiunge solamente quando c'è un buon bilanciamento tra le competenze del giocatore e la difficoltà del gioco. Per esempio, se il gioco è troppo semplice, il giocatore potrebbe annoiarsi, mentre se è troppo complesso, potrebbe evocare nel giocatore ansia e frustrazione. Per questo motivo, la difficoltà del gioco deve aumentare progressivamente, in modo che il giocatore possa sviluppare nuove competenze e rafforzare quelle che già possiede. Quando si raggiunge un elevato livello di competenza in giochi di avventura o di azione, il giocatore potrebbe non essere più preso da forti emozioni ma, in modo quasi paradossale, raggiungere un livello ottimale di rilassamento (Keller & Bless, 2008).
- **Estroversione e Coscienziosità:** Nel confronto tra *casual gamers* e *hardcore gamers* sulle dimensioni dei Big Five, i dati mostrano che, relativamente al Dinamismo (sotto-dimensione del fattore Estroversione), i *casual gamers* presentano punteggi medi più alti rispetto agli *hardcore gamers*; lo stesso pattern è riscontrabile sulla dimensione Perseveranza (sotto-dimensione della Coscienziosità). Partendo da questi risultati, potrebbe sembrare che i *casual gamers* siano più dinamici, vivaci e attivi, ma anche più responsabili, affidabili, auto-disciplinati e alla ricerca di risultati nelle attività che li vedono coinvolti. Conducendo le analisi della dimensione dell'effetto, sono stati riscontrati valori differenti per queste due sotto-dimensioni: per la sotto-dimensione del Dinamismo, è stato riscontrato un effetto piccolo, mentre è stato riscontrato un effetto grande per la Perseveranza; questi risultati suggeriscono che il minor tempo passato a giocare ai videogiochi non sembra avere un impatto sostanziale su comportamenti attivi o energici, ma può dire qualcosa rispetto alle preferenze



mostrate per i comportamenti pianificati, l'essere preparati e il prestare attenzione ai dettagli, la preferenza per schemi e ordine e un'azione diligente.

- **Apertura mentale:** per questo fattore, e per la sua sotto-dimensione Apertura alla cultura, gli *hardcore gamers* hanno mostrato punteggi medi significativamente più alti comparati a quelli dei *casual gamers*. Per entrambi, è stato riscontrato una dimensione dell'effetto piccola: ciò significa che le differenze trovate nei risultati non sono indicative di una profonda distanza tra i due sotto-gruppi; un'alta frequenza delle sessioni di gioco sembra avere un piccolo impatto sulla creatività, sulla curiosità intellettuale, sulla preferenza per situazioni nuove e varie, e sul livello di immaginazione e indipendenza della persona. Quindi non sembra possibile dire che gli *hardcore gamers* sono certamente più creativi e intellettualmente curiosi rispetto ai *casual gamers*; ciononostante, è possibile osservare una tendenza generale in questa direzione. Questa tendenza sembra andare a supporto ed essere coerente con i precedenti risultati sulla sotto-dimensione della Perseveranza: i *casual gamers* sembrano preferire compiti routinari, mentre gli *hardcore gamers* tendono a preferire le idee inusuali, l'avventura e i compiti creativi.

Anche se interpretare questi risultati in un modo chiaro e definito non è sempre facile, è interessante notare che è stata effettivamente trovata una relazione tra queste variabili; quindi, avere informazioni circa le abitudini e le preferenze di gioco sembra essere un modo utile e innovativo per conoscere aspetti importanti (come ad esempio i tratti di personalità) della generazione dei Millennials, giocatori seriali che sono prossimi ad affacciarsi sul mercato del lavoro.

**La seconda domanda di ricerca** mirava ad indagare la relazione tra il modello fattoriale dei Big Five e le preferenze riportate alle categorie di gioco. Riguardo al processo di interpretazione di punteggi, Caprara, Barbaranelli & Steca (2002) suggeriscono che è possibile fare riferimento sia alle scale individuali che al profilo generale risultante da tutte le dimensioni. Infatti, secondo gli autori, i punteggi sulle singole scale assumono significatività specialmente in relazione ai punteggi riportati nelle altre scale: questa osservazione invita a mantenere un atteggiamento cauto nell'interpretazione dei dati.

Non sono stati trovati risultati significativi per le categorie di **Azione e Avventura**. I dati mostrano invece che i giocatori dei Giochi di Ruolo sembrano essere più scrupolosi, più aperti (e in particolare aperti all'esperienza) rispetto a coloro che non giocano a questa categoria. Questi risultati potrebbero essere dovuti al fatto che, in questo tipo di videogiochi, i soggetti indossano i panni di uno o più personaggi e, attraverso conversazioni e scambi dialettici con altri giocatori, creano uno spazio immaginario dove accadono eventi fittizi e avventurosi inseriti in un contesto narrativo chiaro; ogni personaggio è caratterizzato da una serie di elementi (come, ad esempio, forza, destrezza, intelligenza, carisma etc.), generalmente verificabili attraverso punteggi che descrivono le loro capacità; tutto ciò che viene agito nel gioco può avere successo o fallire in accordo ad un sistema formale di regole e linee guida. Date queste caratteristiche, non sorprende che coloro che preferiscono questa categoria di videogiochi abbiano necessità di implementare comportamenti scrupolosi, così come essere aperti a nuove esperienze, per avere successo nel gioco; seguire regole specifiche ed essere aperti a cambiamenti improvvisi dello scenario di gioco risultano essere competenze chiave per interagire con la realtà narrativa proposta da questo tipo di videogiochi.

**I giocatori della categoria Puzzle** sembrano essere più collaborativi e amichevoli, scrupolosi e perseveranti rispetto a coloro che non giocano a questa categoria, così come capaci di controllo degli impulsi e di ragionamento logico e razionale. I giochi Puzzle (come ad esempio Candy Crush Saga) possono essere definiti come giochi cognitivi e non competitivi, in cui il giocatore deve pensare per

tempo alle proprie mosse e può aiutare gli altri giocatori attraverso il dono di vite o accessi ai livelli successivi. La precisione, il metodo, la sistematicità, la determinazione, l'attenzione, la tenacia e l'efficacia da un lato e la generosità, l'attenzione agli altri, la pazienza e l'essere analitici dall'altro, rappresentano il set di competenze necessarie per raggiungere il successo in questa categoria di giochi.

**Le categorie di Simulazione e Strategia** condividono risultati significativi per quanto riguarda la sotto-dimensione dell'Apertura alla cultura. I giochi di simulazione tentano di riprodurre aspetti importanti della realtà e di mettere il giocatore nella posizione di agire come se fosse davvero immerso nella situazione presentata: generalmente, questo tipo di attività di gioco richiede un mix di competenze, fortuna e strategia, e per questo motivo possono essere definiti come una sotto-categoria dei giochi di Strategia; entrambe le categorie sono influenzate dalla capacità del giocatore di prendere decisioni efficaci e richiedono di essere sensibili ai cambiamenti, analitici, logici e razionali ma anche intuitivi, dal momento che le mosse strategiche sono generalmente contrastate dai repentini cambi di fortuna. Inoltre, coloro che giocano a giochi di Strategia, sembrano avere una maggiore apertura mentale e, in particolare, una maggiore apertura all'esperienza; ciò significa che, per giocare ai giochi di Strategia, è necessario essere creativi, originali e imprevedibili, cosa che invece non sembra essere invece fondamentale nei giochi di Simulazione: probabilmente queste competenze non sono così utili nel riprodurre pedissequamente i diversi aspetti della vita reale all'interno del contesto narrativo del gioco di simulazione, mentre assumono importanza quando è necessario individuare nuove modalità per risolvere i problemi o situazioni mai viste prima.

Per quanto riguarda la correlazione positiva riscontrata tra il numero di categorie giocate e la dimensione del BFA di Apertura mentale, e le sue relative sotto-dimensioni, questi risultati sembrano essere coerenti con un atteggiamento di apertura a differenti sistemi valoriali e stili di vita: quando provano differenti categorie di gioco, le persone possono trovarsi coinvolte in differenti situazioni e mettersi alla prova con differenti competenze, allenandone un set più ampio. Questo potrebbe essere un aspetto importante da valutare rispetto alla personalità dei candidati, che potrebbe dare informazioni circa il suo comportamento non solo nel mondo virtuale dei videogiochi, ma anche nel reale contesto organizzativo.

La **terza domanda di ricerca** mirava ad esplorare l'esistenza di correlazioni tra le dimensioni del BFA e le meccaniche di gioco. Le correlazioni trovate tra le due variabili potrebbero permettere di immaginare una nuova tassonomia dei videogiochi che trascenda sia le definizioni accademiche che quelle industriali verso una nomenclatura basata su presupposti psicologici. Questo tipo di ridefinizione potrebbe essere d'aiuto nel gettare le basi per l'utilizzo dei videogiochi come strumento di assessment nei processi di selezione e valutazione delle risorse umane: guardando ad una prospettiva futura, potrebbe essere possibile per le aziende, le organizzazioni e i responsabili HR utilizzare i videogiochi come uno strumento efficace per la selezione del candidato più idoneo che partecipa a colloqui e prove di gruppo per uno specifico profilo o posizione aperta nell'organizzazione. Ad esempio, se un'azienda sta cercando un candidato con un profilo di personalità in cui è previsto avere alti livelli di coscienziosità, potrebbe utilizzare in selezione un videogioco che richiede al soggetto di risolvere puzzle o compiti che richiedono un elevato sforzo di coordinamento mano-occhio.

Data la conoscenza e la facilità d'uso rispetto ai dispositivi tecnologici che caratterizza la generazione dei Millennials, questo tipo di assessment potrebbe, da un lato, essere più coinvolgente e generare meno ansia per i candidati, permettendo loro una piena espressione del loro vero potenziale; dall'altro lato potrebbe fornire alle aziende una valutazione efficace e realistica del candidato che andrà a ricoprire quella determinata posizione.

## Conclusioni

Lo scopo della ricerca condotta da Laborplay<sup>®</sup> non è quello di dare supporto a teorie frammentate e basate sul senso comune, come il fatto che chiunque giochi sia in qualche modo migliore o più competente di coloro che non giocano, quanto piuttosto di sottolineare che potrebbe essere possibile inferire tratti di personalità partendo dall'analisi delle abitudini e delle preferenze di gioco. L'utilizzo dei videogiochi come strumento di selezione e valutazione delle risorse umane rappresenta un ambito di ricerca totalmente nuovo per il contesto italiano, che necessita sicuramente di ulteriori ricerche con differenti strumenti e modalità di rilevazione. Uno degli scopi di questa ricerca era quello di dare supporto a teorie già esistenti e intuizioni basate su dati empirici, con la speranza di sollevare l'interesse della comunità scientifica rispetto all'argomento e aggiungere informazioni potenzialmente rilevanti per la ricerca futura.

Secondo la visione del team di ricerca, questa contributo potrebbe posizionarsi nella letteratura scientifica come un elemento innovativo che cerca di tenere conto dei cambiamenti macroscopici sia per quanto riguarda i dispositivi tecnologici, con la loro l'ampia diffusione e il loro uso massivo, sia per quanto riguarda gli aspetti socio-demografici, come per esempio la presenza sul mercato del lavoro di una nuova generazione, quella dei Millennials, che ha caratteristiche di personalità sue proprie e modalità peculiari di vedere e interagire con il mondo.

Come input per il miglioramento della ricerca in futuro, potrebbe essere interessante indagare alcuni aspetti che sono rimasti fuori dal presente studio, come ad esempio la possibile esistenza di relazioni significative tra i punteggi e i risultati di gioco. Infatti, se le preferenze e le abitudini di gioco (e gli elementi che danno struttura ai videogiochi, ovvero le meccaniche di gioco) possono essere considerati modalità efficaci per raccogliere informazioni circa la personalità dei candidati, i punteggi e i risultati di gioco potrebbero essere considerati un buon mezzo per raccogliere informazioni sulle performance lavorative dei candidati: questo potrebbe rappresentare una via per valutare in modo più preciso i candidati e mettere in relazione i loro risultati di gioco con i risultati a test di performance (come, ad esempio, il DAT o le Matrici di Raven), andando oltre l'uso esclusivo di strumenti self-report.