

DIPLOMADOLGOZAT

IEPURE RUDOLF
Pénzügy Msc

KAPOSVÁR
2022



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Kaposvári Campus
Pénzügy Msc

**A SZERENCSEJÁTÉK-IPAR MŰKÖDÉSI MECHANIKÁJA ÉS
A JÁTÉKOSÍTÁS MONETIZÁCIÓS FOLYAMATAI**

Belső konzulens: Dr. Sipiczki Zoltán
Egyetemi adjunktus

Külső konzulens: Dr. Bíró Bíborka Eszter
Egyetemi adjunktus

Készítette: Iepure Rudolf
V8FRRM

Intézet: Kaposvári Campus

KAPOSVÁR

ÖSSZEFOGLALÓ

A dolgozat témaválasztása során számos ötletem támadt, viszont az egyiket sem éreztem eléggé fontosnak ahhoz, hogy mélyebben kutassam. Nagyjából másfél éve dolgozom teljes munkaidőben egy nemzetközi szinten működő vállalatnál, amelynek fő profilja a digitális kaszinójátékok. A felhasználó bázis milliós nagyságrendű. Ekkor jött a gondolat, hogy mennyire is aktuális volna egy szerencsejáték-függőséggel foglalkozó téma kutatása. A munkahelynek köszönhetően részletes rálátásom van a szerencsejátékipar kínálati oldalára. A kínálati oldal ismerete mellett a legnagyobb motiváló erőt a hétköznapiakban is sajnos gyakran megfigyelhető függőségekkel járó negatív hatások adták. Személyesen is ismertem olyan személyt, akinek a függősége számos negatív tényezőt hozott az életébe. Hiszem, hogy a dolgozatom által egy kis lépéssel közelebb kerülhetünk a probléma kialakulásának gyökeréhez, illetve annak megelőzéséhez és kezeléséhez.

A kutatás során a vizsgált fő hipotézis szerint a szerencsejátékokhoz való viszonyulás eltérő lehet különböző kategóriákba tartozó egyének esetében. Ilyen vizsgált kategóriák lehetnek például a nemek, jövedelmi szint, saját jövedelem megléte, családi állapot, iskolai végzettség, életkor és személyes jellegű események. A szerencsejáték-függőség napjainkban nagyon komoly problémaként kezelendő jelenség. De mi állhat mögötte, illetve miért kezdene bárki is függővé válni? Vajon szándékos ez a folyamat? Mely tényezők befolyásolják a függőség kialakulását? Miként lehet észrevenni, hogy függői vagyunk valaminek? Milyen szempontok alapján derül ki valakiről, hogy függő? Megannyi kérdés vár válaszra a témával kapcsolatban, amelyekre a dolgozat során igyekszünk válaszokat keresni, és remélhetőleg találni is.

A dolgozat gyakorlati része két részből tevődik össze: a játékosítás gyakorlatban történő alkalmazása szekunder kutatásból és a szerencsejátékok iránti függőségek vizsgálata primer adatok alapján.

A játékosítás gyakorlati hasznosságának vizsgálata során a Nike, OTP Bank, Waze és Kahoot nagyvállalatoknál bevezetett új módszerek hatásait elemezzük. Az elemzés során profithányad, ROE, ROA és árbevétel mutatókat vizsgáltam meg játékosítás előtt és után. Ezzel egyidőben a összehasonlítottam a konkurencia ezen mutatóival. A négy nagyvállalat vizsgálata mellett 8 vállalatnál bevezetett, előbbieknél kisebb hatással rendelkező, üzleti életben történő játékosítás alkalmazását és annak hatásait is megvizsgáltam. Itt is szintén szekunder adatokból dolgoztam, nagyrészt a vállalatok jelentései és saját weboldalaikon található információk alapján.

A primer kérdőíves kutatásom fő hipotézise az, hogy az eltérő társadalmi helyzettel rendelkező egyének eltérő módon viszonyulnak a szerencsejátékokhoz. Ebből kiindulva feltételezhető, hogy az egyén a teljes függetlenségtől a kóros függőségig terjedő skálán való helyzetének kialakulása számos tényező együttes eredménye. Ilyen tényezők lehetnek például: anyagi helyzet, családi állapot, önállóság, személyes szociális háló, iskolai végzettség. A fő hipotézis az volt, hogy az egyén társadalmi és anyagi helyzete nagyban befolyásolja a szerencsejáték-függőségre való hajlandóságát. A megvizsgált szempontok alapján négyből három kategóriában azt tapasztaltam, hogy valamilyen tényező befolyására változik a játékokhoz való hozzáállás.

ABSTRACT

I had a number of ideas when choosing the topic for the thesis, but none of them felt important enough to explore in depth. For about a year and a half I have been working full-time for an international company whose main profile is digital casino games. The user base is in the millions. That's when the idea of researching a topic on gambling addiction came up. Thanks to the job, I have a detailed insight into the supply side of the gambling industry. Apart from the supply side, the biggest motivating factor was the negative effects of addictions, which are unfortunately often observed in everyday life. I have personally known people whose addiction has brought several negative factors into their lives. I believe that my thesis brings us a small step closer to the root of the problem and its prevention and treatment.

The main hypothesis tested in the research is that attitudes towards gambling may differ for different categories of individuals. Examples of such categories include gender, income level, personal income, marital status, educational attainment, age and personal events. Gambling addiction is nowadays a very serious problem. But what is behind it and why would anyone become addicted? Is it a deliberate process? What factors influence the development of addiction? How can we tell if we are addicted to something? What are the criteria for knowing someone is an addict? There are so many questions to be answered on this topic, and we will try to find answers to them in this essay.

The practical part of the thesis is divided into two parts: the practical application of gamification from secondary research and the study of gambling addictions from primary data.

The practical usefulness of gamification will be examined by analyzing the impact of new methods introduced at Nike, OTP Bank, Waze and Kahoot. The analysis examines profit margin, ROE, ROA and revenue indicators before and after gamification. At the same time, I compared these indicators with those of competitors. In addition to examining the four large companies, I also examined the use of gamification in business and its effects in eight companies, which had a smaller impact than the former. Here again, I worked from secondary data, largely based on company reports and information on their own websites.

The main hypothesis of my primary questionnaire research is that individuals from different social backgrounds have different attitudes towards gambling. This suggests that an individual's position on a scale from complete independence to pathological addiction is the result of a combination of factors. Examples of such factors including financial situation, marital status, autonomy, personal social network, educational attainment. The main hypothesis was that an individual's social and financial situation has a strong influence on his or her propensity to become addicted to gambling. Based on the aspects examined, I found that in three out of four categories, the influence of some factor is likely to change the attitude towards gambling.

ABSTRACT

Am avut o serie de idei atunci când am ales subiectul tezei, dar niciuna nu mi s-a părut suficient de importantă pentru a fi explorată în profunzime. De aproximativ un an și jumătate lucrez cu normă întreagă pentru o companie internațională al cărei profil principal este reprezentat de jocurile de cazino digitale. Baza de utilizatori este de ordinul milioanei. Atunci a apărut ideea de a cerceta un subiect despre dependența de jocurile de noroc. Datorită acestui loc de muncă, am o perspectivă detaliată asupra ofertei din industria jocurilor de noroc. În afară de partea de ofertă, cel mai mare factor de motivare a fost reprezentat de efectele negative ale dependențelor, care, din păcate, sunt adesea observate în viața de zi cu zi. Am cunoscut personal o persoană a cărei dependență a adus mulți factori negativi în viața sa. Cred că teza mea ne aduce cu un mic pas mai aproape de rădăcina problemei și de prevenirea și tratamentul acesteia.

Principala ipoteză testată în cadrul cercetării este aceea că atitudinile față de jocurile de noroc pot fi diferite pentru diferite categorii de persoane. Exemple de astfel de categorii includ sexul, nivelul veniturilor, venitul personal, starea civilă, nivelul de educație, vârsta și evenimentele personale. Dependența de jocurile de noroc este în zilele noastre o problemă foarte gravă. Dar ce se află în spatele ei și de ce ar deveni cineva dependent? Este un proces deliberat? Ce factori influențează dezvoltarea dependenței? Cum ne putem da seama dacă suntem dependenți de ceva? Care sunt criteriile pentru a ști că cineva este dependent?

Partea practică a tezei este împărțită în două părți: aplicarea practică a gamificării din cercetarea secundară și studiul dependenței de jocurile de noroc din datele primare.

Utilitatea practică a gamificării va fi examinată prin analizarea impactului noilor metode introduse la Nike, OTP Bank, Waze și Kahoot. Analiza examinează marja de profit, ROE, ROA și indicatorii de venituri înainte și după gamificare. În același timp, am comparat acești indicatori cu cei ai concurenților. Pe lângă examinarea celor patru companii mari, am examinat, de asemenea, utilizarea gamificării în afaceri și efectele acesteia în opt companii, care au avut un impact mai mic decât cele dintâi. Și în acest caz, am lucrat pe baza datelor secundare, în mare parte pe baza rapoartelor și a informațiilor de pe site-urile proprii ale companiilor.

Ipoteza principală a cercetării mele prin chestionar primar este că indivizii din medii sociale diferite au atitudini diferite față de jocurile de noroc. Acest lucru sugerează că poziția unui individ pe o scară de la independența completă la dependența patologică este rezultatul unei combinații de factori. Exemple de astfel de factori sunt: situația financiară, starea civilă, autonomia, rețeaua socială personală, nivelul de educație. Ipoteza principală a fost că situația socială și financiară a unui individ are o influență puternică asupra tendinței acestuia de a deveni dependent de jocurile de noroc. Pe baza aspectelor examinate, am constatat că în trei din cele patru categorii, s-a constatat că influența unui anumit factor modifică tendința de a juca.

TARTALOM

1. BEVEZETÉS	8
2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS	9
2.1 A szerencsejáték története	9
2.2 A félkarú rabló működési mechanikája	10
2.3 A szerencsejáték ipar marketingje	14
2.4 Az online félkarú rablók esetében használt elégedettségi mutatók	16
2.5 A szerencsejáték-függőség napjainkban	17
2.6 Társadalmi konformitás	18
2.7 A belátás vakságot okoz	19
2.8 A szerencsejáték-függőség idegtudománya	20
2.9 A zsákmánydoboz pszichológiája	21
2.10 Személyre szabott visszacsatolásos beavatkozások	22
2.11 A harag és az érzelmi analfabetizmus szerepe a szerencsejáték-függőségben	23
3. A JÁTÉKOSÍTÁS TUDOMÁNYA	25
2.12 A játékosítás általános bemutatása	25
2.13 Mitől lesz hatékony egy játékosított keretrendszer?	26
2.14 Játékosítás a turizmusban	28
2.15 A játékosítás alkalmazásának hozadéka a turizmusban	29
2.16 Játékosítás a humán erőforrás menedzsmentben	30
4. ANYAG ÉS MÓDSZER	33
5. JÁTÉKOSÍTÁS A GYAKORLATBAN	35
3.1 A Nike+ esete	35
3.2 Az OTP Simple esete	37
3.3 A Waze esete	38
3.4 A Kahoot esete	39
3.5 Egyéb játékosítási esetek	40
6. KÉRDŐÍV ELEMZÉS	43
4.2 A szerencsejáték-függőség és az anyagi helyzet kapcsolata	43
4.3 A szerencsejáték-függőség és a társadalmi helyzet kapcsolata	48
4.4 Játékokra használt eszközök vizsgálata	51
4.5 Költségi szokások a játékokban	53
7. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK	58
7.1 A játékosítás eredményeinek összegzése	58

7.2 A kérdőíves kutatás eredményeinek összegzése.....	58
FORRÁSOK.....	60
Nyomtatott források	60
Internetes források.....	64

1. BEVEZETÉS

A dolgozat témaválasztása során számos ötletem támadt, viszont az egyiket sem éreztem eléggé fontosnak ahhoz, hogy mélyebben kutassam. Nagyjából másfél éve dolgozom teljes munkaidőben egy nemzetközi szinten működő vállalatnál, amelynek fő profilja a digitális kaszinójátékok. A felhasználó bázis milliós nagyságrendű. Ekkor jött a gondolat, hogy mennyire is aktuális volna egy szerencsejáték-függőséggel foglalkozó téma kutatása.

A munkahelynek köszönhetően részletes rálátásom van a szerencsejátékipar kínálati oldalára. A kínálati oldal ismerete mellett a legnagyobb motiváló erőt a hétköznapiakban is sajnos gyakran megfigyelhető függőségekkel járó negatív hatások adták. Személyesen is ismertem olyan személyt, akinek a függősége számos negatív tényezőt hozott az életébe. Hiszem, hogy a dolgozatom által egy kis lépéssel közelebb kerülhetünk a probléma kialakulásának gyökeréhez, illetve annak megelőzéséhez és kezeléséhez.

A kutatás során a vizsgált fő hipotézis szerint a szerencsejátékokhoz való viszonyulás eltérő lehet különböző kategóriákba tartozó egyének esetében. Ilyen vizsgált kategóriák lehetnek például a nemek, jövedelmi szint, saját jövedelem megléte, családi állapot, iskolai végzettség, életkor és személyes jellegű események. A szerencsejáték-függőség napjainkban nagyon komoly problémaként kezelendő jelenség. De mi állhat mögötte, illetve miért kezdene bárki is függővé válni? Vajon szándékos ez a folyamat? Mely tényezők befolyásolják a függőség kialakulását? Miként lehet észrevenni, hogy függői vagyunk valaminek? Milyen szempontok alapján derül ki valakiről, hogy függő? Megannyi kérdés vár válaszra a témával kapcsolatban, amelyekre a dolgozat során igyekszünk válaszokat keresni, és remélhetőleg találni is.

Elkezdtem mélyebben tanulmányozni a függőség mögötti pszichológiai és társadalmi tényezőket. A kutatásom során eljutottam a memetika tudományághoz, amely a dolgozatban található gyakorlati kutatás egyik kiinduló pontja. “Ahogy a szerves evolúció szerves információegységek, úgynevezett gének replikációján alapul, úgy alapul a kulturális evolúció kulturális információegységek, úgynevezett mémek replikációján.” (Harari, 2020, 222-es old.) Ennél a pontnál már biztos voltam a kutatási témában és egyre inkább csak az járt a fejemben, hogy mi állhat a szerencsejáték-függőség egyre nagyobb mértékben történő térnyerése mögött.

Ugyancsak Harari könyvében esik szó arról, hogy a játékelmélet miként érvényesül egy olyan rendszerben, ahol több szereplő esetén az egymást követő történések együttese kártékony hatással van az össze szereplő számára. Hogyha tüzetesebben megvizsgáljuk, akkor ez igaz a szerencsejáték iparra is. Amikor nő a játékfüggők száma, akkor az arra szakosodott szervezetek megnövelik a kiegészítő tevékenységek számát. Így az egyensúly folyamatosan megmarad a függők és gyógyultak aránya között, csupán megnövekedett költségek mellett.

A játékelméleten alapul a játékosítás módszertan eszköztára is. Ez egy egyre nagyobb körben alkalmazott módszer az üzleti életben. Lényege, hogy játékokból jól ismert komponenseket ültet át az üzleti világba. Általa jóval hatékonyabb tud lenni az adott folyamat, amire éppen alkalmazták. Vajon tényleg működhet a játékokban használt eszköztár a piaci környezetben? A dolgozatban valós életbeli példákon keresztül megvizsgáljuk a módszer hatékonyságát.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

2.1 A szerencsejáték története

A szerencsejátékok már több ezer éve az emberi társadalom részét képezik. Ezt a világot több táján megtalált leletek is igazolják, mint például az ókori Kínában csempéken fedeztek fel feljegyzett szerencsejáték jegyeket, Egyiptomban a legrégebbi ismert dobókockát ásták ki vagy éppen a görög és római feljegyzések, ahol állatviadatok kimenetelére fogadó emberek kerámián történő illusztrációjára bukkantak.

Hozzávetőlegesen Kr.e. 200-ban Kínában már kormányzói engedéllyel az emberek játszottak az akkori nevén “fehér galamb jegy” játékkal, amelyet ma a világ keno néven ismer. Természetesen a kormányzó nem jóindulatából engedte ezt meg, hanem az eladott szelvények eladásából származó bevételéből 1%-a az adott kormányzót illette adó formájában. Ez egy meglehetősen népszerű játék lehetett, mivel az ebből beszedett pénzek összege gyakran fedezte különböző állami munkálatok költségét. (www.britannica.com, 2022)

Néhány feljegyzés szerint az első kártyajáték is Kínában jelent meg valamikor a 9. században. A történészeknek nem sikerült megfejtetni, hogy milyen szabályrendszer alapján játszottak ezekkel akkoriban. A kártyajáték díszítettségét illetően az eredeti darabokon emberi formák voltak megfigyelhetők, amelyeket az európai terjedés során a helyi társadalmi berendezkedés mintájához igazodva helyettesítettek a ma ismert Király, Hercegnő és Bubi szimbólumokkal.

Az első kaszinók és teljes mértékben játékok számára készült helységek a 17. században kezdtek megjelenni, mint például az 1638-as évben Velencében alapított Ridotto. Ezeknek célja az volt, hogy egy ellenőrzött környezetben játszanak különböző szerencsejátékokkal az emberek. Európában a kaszinók népszerűsége igazán a 19. században kezdett el nőni és ezzel párhuzamosan a szerencsejáték is egyre jobban vált az emberek időtöltésévé. (www.medium.com, 2022)

A témában történő elméleti kutatásaim során arra az érdekes információra bukkantam, hogy 1794-ben a Massachusetts-i Általános Bíróság jóváhagyta az Egyetemek Társaságának (*Corporation of the University*), hogy 8 000 dollárt gyűjtsenek a Harvard egyetem építésének megkezdésére. Végül az 1804-ben megkezdett munkálatok 23 700 dollárba kerültek, amelyből 18 400 dollárt a kibocsátott lottószelvények bevételéből lett finanszírozva. Néhány évvel később, 1810-ben, az egyetem ismét lottó általi 30 000 dollár gyűjtésre kért engedélyt a létező csarnok felújítására és egy újabb csarnok építésére, mivel az eddig összegyűjtött pénz már elfogyott. Az engedély megszerzése után 29 000 dollárt sikerült összegyűjteni az újabb lottó játékból, viszont az 1 000 dollárral elmaradt a szükséges összegtől. A hiányzó pénzt Sir Matthew Holworthy bocsátotta az intézmény rendelkezésére, akiről nagylelkű adakozása tiszteletére el is nevezték az újonnan felépített csarnokot. (www.thecrimson.com, 2022)

Az első félkarú rablót a 1894-ben Charles Fey alkotta meg San Franciscóban. A félkarú rabló gépek virtuális változata a 20. század második felében, pontosabban az elsőt 1976-ban, találták fel, amely megnyitotta az utat az utána következő számos társa előtt.

Az online szerencsejáték ipar kezdetét 1994-re teszik, amikor Antigua és Barbuda elfogadta a Free Trade & Processing Act-et. Ennek elfogadása lehetővé tette a szervezetek számára, hogy pályázhassanak online kaszinó nyitási engedélyekre. Az első teljesen

működőképes online szerencsejáték szoftvert a Microgaming szoftver cég fejlesztette ki, aki ma is az egyik legnagyobb kaszinó- és nyerőgép fejlesztő vállalat a piacon. Az iparág túlzott népszerűsége miatt 1999-ben be akarták vezetni az internetes szerencsejáték tilalmáról szóló törvényt, ami azt jelentette, hogy egyetlen vállalat sem kínálhat amerikai állampolgár számára. A döntéshozók elutasították ezt a tervezetet. 2003-ban megjelent az első élő fogadásos online kaszinó, amelyet a Playtech vállalat tudott magáénak. (www.gamblingsites.com, 2022)

A 21. század második évtizedében egyre nagyobb teret hódított magának a mobiltelefonok piaca. Az internet felhasználók immár sokkal jobban preferálták a kézi hordozható készülékek általi kapcsolódást az addigi asztali számítógépekkel szemben. Ugyanebbe a kategóriába sorolható be azon emberek csoportja, akik útközben szívesen játszanának kedvenc játékaikkal. Számos nagyvállalat felismerte az ebben a szokásbeli változásban rejlő lehetőséget és elkezdtek a szerencsejátékok mobil platformokra történő integrálását.

2.2 A félkarú rabló működési mechanikája

Ebben a részben a félkarú rablók működési mechanikáját mutatom be. Több, mint másfél éve ilyen játékgépek mobilos integrációját készítő kliensnek dolgozom. Ezen idő alatt lényeges rálátásom nyílt az iparág mögöttes működésére és ezeket a többnyire személyesen tapasztalatokon és megfigyeléseken alapuló komponenseket fogom részletesen bemutatni. A személyes tapasztalati megfigyelések mellett Pantelis-Arsenios Kamanas, Angelo Sifaleras és Nikolaos Samaras a témában írt közös kutatói munkája képezi az adatok forrását. (Kamanas, 2021)

Az első félkarú rabló, mint az előző részben is olvasható volt, a 19. század vége felé jelent meg. Akkor még csak egy fajta játékgép létezett, mégpedig a napjainkban ismert klasszikus félkarú rabló. Ma már két nagy csoportját különböztetjük meg ezeknek: klasszikus és úgynevezett modern. A kettő közötti lényeges különbség a működési logikában és a használt nyerő szimbólumok tulajdonságaiban rejlik.

Minden egyes játékgépnek a vázát egy N sorú és M oszlopú mátrix rács képezi. Az iparban ezt a hagyományostól eltérő módon fordított sorrendben szokták megjeleníteni, például egy 5×3 -as rács azt jelenti, hogy abban a játékban 5 oszlop és 3 sor található. A klasszikus nyerőgépek a 3×3 -as rácsos rendszert alkalmazzák, ezzel szemben a moderneknél ennek csakis a tervező képzelete szabhat határt. A sorok és oszlopok értéke az egyidőben megjelenített szimbólumok számát határozza meg. Például egy 5×3 -as rács esetében adott pillanatban 15 darab szimbólum jelenik minden egyes pörgetés után. A pörgetés az a folyamat, amikor a játékos utasítását követően cserélődnek a megjelenített szimbólumok. A mechanikus gépek esetében úgy volt megoldva, hogy minden egyes mátrix oszlop egy korong volt és az oszlopok egymástól függetlenül forogtak. Léteznek esetek, amikor a játékos ingyenes pörgetésekhez jut, amelyekben adott számú pörgetés történik azzal a téttel, amelyen a játékos játszott az aktiválás pillanatában. Gyakorlatban a játékos szemszögéből az történik, hogy például 10 újabb pörgetést nyer az ő általa használt téttel, amelynek nyereményei az övé lesznek anélkül, hogy azon pörgetések ellenértéke levonódott volna a számlájáról.

A játékos akkor nyer, hogyha egy előre meghatározott nyerő kombinációk legalább egyikét pörgette ki. A nyerő kombinációk jelentős részét a "win line"-ok alapján adják meg. A

nyerő kombinációkat a mátrix helyek alapján adjuk meg. Ezt egy számsorban szokták meghatározni, amelyben balról jobbra haladva az oszlopokon elfoglalt nyerő sorok számát tartalmazza. Például [1,2,2,1,2] azt jelenti, hogy egy 5 oszlopos mátrixban akkor nyerő egy kombináció, hogy ha ugyanaz a szimbólum jelenik meg az [(1,1), (2,2), (2,3), (1,4), (2,5)] pozícióban. A nyerő sorok hosszúságát az oszlopok száma határozza meg.

	1-es oszlop	2-es oszlop	3-as oszlop	4-es oszlop	5-ös oszlop
1-es sor	(1,1)	(1,2)	(1,3)	(1,4)	(1,5)
2-es sor	(2,1)	(2,2)	(2,3)	(2,4)	(2,5)
3-as sor	(3,1)	(3,2)	(3,3)	(3,4)	(3,5)

1. táblázat: Példa egy nyerő kombinációra (forrás: saját szerkesztés)

Mindegyik szimbólumnak meghatározott nyerési mechanikája van. A nyerési mechanizmusoknak három különböző típusát különböztetjük meg:

- Szétszórt: ebben az esetben hogyha adott számú szimbólum megjelenik a mátrixban, akkor történik valami. Általánosságban ez a mechanizmus a bónusz játékok és ingyenes pörgetések aktiválására szolgál.
- Folytonos nyerő sor esetében a szimbólumok meghatározott nyerő soron kell elhelyezkedjenek. Általánosan ezeket balról jobbra szoktuk nézni, de lehet jobbról balra is. Legyen X és Y két különböző szimbólum. Szoktak lenni megadott részleges nyeremények is, amikor elegendő az ötből három vagy négy elemnek a helyén lennie a kombinációban. Hogyha a nyerő soron X X X Y Y kombináció jelenik meg, akkor balról nézve X-re egy részleges nyerő kombináció alakult ki. Viszont ha a nyerő soron Y X X X X jelenik meg, akkor az nem számít nyerésnek, mert balról nézve nem egybefüggő az X sorozata, hiszen legelső az egy Y szimbólum.
- **Nem folytonos nyerő sor** esetében a szimbólumok akkor is hoznak nyereményt, ha a nyerő soron bármely pozícióban helyezkednek el. Például az Y X X X X kombináció kifizeti a 4 darab X-ért járó díjat.
- Meghatározott pozíció esetében akkor történik nyerés, ha a megadott szimbólum a mátrix egy bizonyos pozíciójában (lehet több előre meghatározott pozíciót megadni) jelenik meg. Például X szimbólumhoz meghatározott pozíció nyerési mechanika van hozzárendelve a (2,3) és (1,2) pozíciókra. Egy ilyen rendszerben az X csak akkor fog fizetni, amikor a (2,3) vagy (1,2) helyek egyikén található.

Vannak esetek amikor megfigyelhetjük, hogy különböző szimbólumok helyezkednek el a nyerő soron, mégis a gép kifizet valamennyi nyereményt. Ezt a szakmában "win group"-nak, azaz nyerési csoportoknak nevezzük. Például, ha A és B szimbólumok nyerési csoportban vannak, akkor egy nyerő soron a nyerési csoportban megadott értékeknek megfelelően fog fizetni a gép egy A B B A B kombináció esetén is.

Átlagosan a félkarú rabló játékokban többféle szimbólumot különböztetünk meg. Mindegyiknek külön jelentősége és szerepe van. A néhány szimbólum típusnak azért van nagy

szerepe, mert ezáltal is egyedi és sokszínű játékok megalkotása válik elérhetővé a játék készítők számára. Ezek a kategóriák a következők:

- Kis értékű szimbólum: az esetek nagy részében ezek a póker játékból ismert ász, király, bubi, dáma és tízes kártyák szoktak lenni. Néhány speciális pályán van, hogy más grafikák, amelyek nem rendelkeznek nyerési animációkkal. Sokkal nagyobb gyakorisággal megjelennek a rácspan és a nyeremény tekintetében ezekből gyakran szokott nyerő kombináció kialakulni, viszont ez általában sokkal kisebb a betett összegnél.
- Nagy értékű szimbólum: ritkábban szokott megjelenni, mint kis értékű társai, de egy ezek egyikéből kialakult nyerő sor esetén a nyeremény már jelentősebb és jóval a betett összeg felett szokott lenni.
- "Wild" szimbólum: ez egy speciális szimbólum, amely képes helyettesíteni minden egyéb szimbólumot (kivételet képez a jackpot, "scatter" és bónusz).
- "Scatter" szimbólum: a neve is mutatja, hogy hagyományosan szétszórt nyerési mechanikát alkalmaz. Ennek lényege, hogy amikor egy előre meghatározott mennyiségű szimbólum van jelen akárhol a rácspan, akkor a játékos ingyenes pörgetésekhez jut.
- Bónusz szimbólum: a működési elve megegyezik a scatter szimbólummal, csupán annyi a különbség, hogy ez valamilyen bónusz játékot aktivál az ingyenes pörgetésekkel szemben.
- Egyéb szimbólumok: ide tartoznak az olyan, nem szokványos szimbólumok, amelyek egy-egy játék egyediségéért felelnek. Ilyen lehet például a rejtélyes doboz, töltő szimbólumok, tapasztalati pont szimbólum.

A megjelenített szimbólumok számos tulajdonsággal rendelkeznek, amelyeket angolul "extra flag"-nek nevezünk. Ezek közül a fontosabbak a következők:

- "Wild" tulajdonság: ezzel a tulajdonsággal ellátott szimbólum helyettesít bármilyen egyéb másikat. Például X Wild X X X kombináció egy nyerő soron történő megjelenésekor a rendszer úgy fogja venni, hogy öt darab X szimbólum van és annak megfelelő értéket fogja kifizetni.
- Kiterjedés: ezen tulajdonság által ha az adott szimbólum részét képezi egy érvényes nyerő sornak, akkor az kiterjed az oszlop egészére amelyben található, ezáltal esélyt adva a pörgetésen belüli halmazozott nyerési lehetőségeknek.
- Halmazozás: ilyenkor a szimbólum több sort foglal el az oszlopon. Előre meghatározott mérete van, például 3 soros rácspan esetében ez lehet 2 vagy 3.
- Tapadás: ebben az esetben a szimbólum meghatározott pörgetés számig abban a pozícióban marad, ahol egy nyerő sor részét képezte.
- Nyereményszorzó: ezt a tulajdonságot az esetek túlnyomó részében a "wild" jellemzővel együtt szokták alkalmazni. Egy nyerő sorban való részvétel esetén nem csak helyettesít egy szimbólumot, hanem meghatározott értékkel (pl: 2x) vagy intervallummal (pl: 2x, 3x, 4x) képes többszörözni a nyeremény értékét. Amikor több értéket rendelünk egy többszöröző szimbólumhoz, akkor azoknak meg kell előre határozni a beteljesedés valószínűségét (például: 2x: 65%, 3x: 25%, 4x: 10%).

- Rejtélyes doboz: ez a tulajdonság által, ha rákattintunk az adott szimbólumra, akkor egy előre meghatározott, a játékos számára ismeretlen, nyeremény vagy egyéb bónusz íródik jóvá. Egyéb bónusz alatt érthetünk például ingyenes pörgetéseket, nyeremény szorzót, stb.
- Rejtélyes mező: ebben az esetben az adott szimbólum átváltozik egy másikká a többi közül. A gyakorlatban ezt úgy szokták kivitelezni, hogy egyszerre több ilyen tulajdonsággal rendelkező szimbólum jelenik meg és ezek mind egyforma szimbólummá alakulnak át.
- Mega: a halmaz tulajdonsághoz hasonlóan működik, azzal a különbséggel, hogy ez nem csupán egyetlen oszlopra terjed ki. Például egy 5x3-as rácsú játékban lehet 3x3 vagy 4x3 méretű is.
- Átváltoztató: ez a tulajdonság azt teszi lehetővé, hogy a vele ellátott szimbólum megjelenésekor véletlenszerűen átváltoztat más szimbólumokat egy előre meghatározott szimbólummá. Ennek a valószínűségét és az átváltoztatott szimbólumok számát vagy számának az intervallumát előre meg kell határozni.
- Barangoló: az ilyen tulajdonságokkal rendelkező szimbólumok a rácson belül minden egyes pörgetés során helyet változtatnak. Ezt be lehet állítani, hogy folyamatosan jelen legyenek és mozogjanak vagy csak akkor aktiválódjon be ez a tulajdonság, amikor a kijelölt szimbólum egy nyerő sor részét képezi és/vagy ha egy adott pozíción található.

A félkarú rablók online világában jelenleg három különböző általános játékmódot és ezeknek a variációit ismerik, amelyek működésében vannak eltérések:

- Hagyományos játékmód: itt különböző forgási animációkkal váltakoznak a rácspan szereplő szimbólumok. Ezzel találkozhatunk az online és valós életben meglévő játékok nagy részében.
- “Pop and Drop” játékmód: fentről lefelé érkeznek a szimbólumok, erre utal a nevében található “drop” szó, ami angolról magyarra fordítva esést jelent. Amikor egy nyerő sor kombináció valósult meg, akkor ugyanazon pörgetésen belül a nyerő szimbólumok eltűnnek, a helyükre beesnek a felettük lévők és a hiányzó szimbólumok helyére pedig újak érkeznek. Mindez ismétlődik egészen addig, ameddig már nem lesz több nyerési sor. Amikor eltűnnek, akkor általában pukkanás animációval szokták ezt kivitelezni, innen ered a nevében lévő “pop” angol szó.
- Átváltozó játékmód: a hagyományos játékmód egyik továbbfejlesztett és elterjedt verziója, amelyben a játékos azt látja, hogy véletlenszerűen átváltoznak a szimbólumok “wild”-ra. Ilyenkor mechanikai szempontból két fontos sajátos paraméter van beállítva: az átváltozás elindulásának a valószínűsége és a szimbólumok egyenkénti átváltozásának valószínűsége. Például a funkció beindulásának valószínűsége 30% és a szimbólumok egyenkénti átváltozásának valószínűsége 25%, akkor pörgetés és a szimbólumok megléte után 7,5% valószínűséggel alakulhat egy szimbólum “wild”-ra minden egyes körben.
- Klasszikus csúsztatás játékmód: leginkább a hagyományos 3x3-as gépekben alkalmazott funkció. A típus lényege az, hogy a pörgetés után a játékosnak lehetősége van egy vagy több megadott szimbólum fel vagy le történő csúsztatására az adott

oszlopon. Ezáltal megeshet, hogy jobb nyerő kombinációra tehet szert az adott pörgetés alkalmával.

2.3 A szerencsejáték ipar marketingje

A média világában az elmúlt években bekövetkezett változások alapvetően megváltoztatták a szerencsejáték marketing gyakorlatát. A fogyasztók most már valós időben és szinte bárhol játszhatnak. A kortárs szerencsejáték marketing ma már a tömegmédiára reklámozás (pl. televízió), a fogyasztói marketing (pl. ajánlatok) és a közvetett marketing (pl. szponzorálás) többretegű keverékét képviseli. A reklámozás a szerencsejáték marketing kulcsfontosságú eleme, és a korlátozások közelmúltbeli enyhítése következtében sok országban elterjedtek a szerencsejáték hirdetések.

Két korábbi áttekintés adott áttekintést a szerencsejáték hirdetésekkel kapcsolatos kutatásokról. Binde bírálta a szerencsejáték marketing tartalmának és gyakoriságának mérésére vonatkozó különböző megközelítéseket, és javasolt jövőbeli kutatási prioritásokat, amelyekben kevésbé összpontosított a szerencsejáték marketing magatartás vizsgálatára. (Binde, 2014) Parke arra a következtetésre jutott, hogy a szerencsejáték hirdetések pozitív, normális társadalmi tevékenységként jelenítik meg, és hogy ezekben a hirdetésekben a „felelős szerencsejátékot” népszerűsítő üzeneteket nagy valószínűséggel a háttérbe szorítják. (Parke, 2015) Mindkét áttekintés rávilágított a módszertani kihívásokra, amikor megkísérelték felmérni a szerencsejáték-marketing hatását a szerencsejáték-viselkedésre.

Számos tartalomelemzés vizsgálta a szerencsejáték marketinget és annak gyakoriságát. Egy tanulmány megállapította, hogy az ITV 2018-as világbajnokságról szóló tudósításai során az összes hirdetés 17%-a szerencsejátékra vonatkozott. Ez a tanulmány megállapította, hogy a világbajnokság brit nézői csaknem 90 percnyi fogadási hirdetést láttak a verseny alatt. (Lopez-Gonzalez, 2018) Ezek azonban a reklámszünetekre korlátozódtak, mivel a verseny ideje alatt nem volt megengedett a pálya melletti szerencsejáték reklám, és egyetlen csapatnak sem volt szerencsejátékkal kapcsolatos reklámpólója.

Ezzel szemben az angol Premier League-ben a szerencsejátékhoz kapcsolódó mez szponzorral rendelkező csapatok száma a 2008-as négyről 2012-ben hatra, 2017-ben pedig tízre, vagyis az összes csapat felére nőtt. Ez a tendencia még markánsabb, ha figyelembe vesszük a mez szponzoráció hosszabb távú idősorát, 1992-től, amely szerint 2005 előtt kevesebb, mint három csapatnak volt rövid szerencsejátékhoz kötődő szponzora. A pálya szélén található reklámok és a mez szponzoráció növekedése azt jelenti, hogy a szerencsejáték marketing megjelenhet a kiemelt sportműsorokban is. A mérkőzés három teljes epizódjának elemzése (a futball csúcspontjai, amelyeket egy nem kereskedelmi brit csatorna, a BBC1 sugároz) epizódonként átlagosan több mint 250 szerencsejáték-logó megjelenését találta. Ez több volt, mint a teljes televíziós mérkőzéseken látható átlagos szám, annak ellenére, hogy a szerencsejáték valószínűsége a reklám szünetekben is megjelenik. (Bunn, 2019) Számos tanulmány azt sugallja, hogy a szerencsejáték-marketing telítettsége a sport körül nem egyedülálló az Egyesült Királyságban. A National Rugby League ausztráliai mérkőzéseinek elemzése során átlagosan 110,7 szerencsejáték hirdetési részletet találtak meccsenként. (Lindsay, 2013)

Az online szerencsejáték marketinget, amely valószínűleg növekedni fog az elkövetkező években, nehéz lehet szisztematikusan felfedni. Először is, számos webhely és platform létezik, amelyeken a szerencsejáték marketing megjelenhet. Másodsorban, az online marketinget egyre inkább egyéni szinten célozzák meg, ami azt jelenti, hogy a különböző emberek különböző üzeneteket kapnak. (Matz, 2017) Egy kanadai fiatalok körében végzett kvalitatív tanulmány megállapította, hogy a közösségi kaszinójátékok belépési pontot jelentenek az online szerencsejátékokhoz, és az ezekben a játékokban megjelenő hirdetések belépési pontként szolgálnak az online szerencsejáték egyéb formáihoz. (Kim, 2017)

Az Egyesült Királyság Szerencsejáték Bizottságának adatai azt mutatják, hogy a 11–16 évesek 10%-a követ legalább egy szerencsejáték-társaságot a közösségi médiában. Egy, a Facebookon, a Twitter-en és a Youtube-on végzett szerencsejáték-marketingről szóló tanulmány megállapította, hogy az üzenetek nagy mennyiségben érkezhettek, és sok üzenetet nem jelöltek meg egyértelműen promóciós anyagként. (Thomas, 2015)

A szerencsejáték marketing általánosan két kategóriába sorolható: márkaismertség és pénzügyi ösztönzők. Ez a kategorizációs séma felhasználható arra, hogy kiemelve a szerencsejáték-marketing tartalom célzásának célpontjait.

A márkaismertség növelő reklámok definíció szerint minden olyan marketingüzenet, amely arra szolgál, hogy emlékeztesse a fogyasztókat egy szerencsejáték-márka létezésére, anélkül azonban, hogy jelentősebb anyagi ösztönzőket tartalmazna, fogadási esélyeket említenek vagy konkrét termékjellemzőket hirdetnének. A márka ismertségét növelő szerencsejáték hirdetések a fogadási logók nagymértékű telítettségéhez vezethetnek a sportközvetítések során. (Lindsay, 2013)

A szerencsejátékokra irányuló pénzügyi ösztönzők gyakran megjelennek a reklámokban, és sokféle formát ölthetnek. Egy ausztrál tanulmány 15 különböző típust talált, beleértve a regisztrációs bónuszokat, az ajánlási bónuszokat, a visszatérítéseket és a kockázatmentes fogadásokat. (Hing, 2016) Például a pénzt gyakran „ingyenes fogadásként” adták, amelyet meghatározott számú szerencsejátékokra kellett volna játszani, mielőtt le lehetett vonni a számláról. Például a pénzt gyakran „ingyenes fogadásként” adták, amelyet meghatározott számú szerencsejátékokra kellett volna játszani, mielőtt le lehetett vonni a számláról.

A pénzügyi ösztönzők elsősorban a regisztrációs bónuszok esetében jelentek meg, ahol mondjuk egy új játékos, aki 100 GBP-t fizet be, további 50 GBP bónuszt kaphat. Úgy tűnik azonban, hogy az újabb technikák a feltételes pénzügyi ösztönzőkre összpontosítanak, mint például a megnövelt szorzók.

Úgy tűnik, hogy a szerencsejáték-marketinghez való hozzáállás egyre inkább megváltozik. A közelmúltban több országban elkezdtek szabályozni a szerencsejátékok reklámozását. Ilyen például Belgium és Ausztrália, ahol az indok az volt, hogy negatívan hatnak a gyerekekre ezek a reklámok. Az Egyesült Királyság legnagyobb szerencsejáték társaságai önként beleegyeztek abba, hogy leállítják a szerencsejáték hirdetések az élőben közvetített sportok során, bár az iparág teljes online marketingre fordított kiadásai ötször magasabbak, mint a tv reklámoké. Eközben Olaszország a szerencsejátékok reklámozásának teljes tilalmát tűzte ki 2019-től. (Newall, 2019)

2.4 Az online félkarú rablók esetében használt elégedettségi mutatók

Mint minden vállalat esetében, az online félkarú rablók világában is az elsődleges cél a felhasználók szükségleteinek minél magasabb szinten történő kielégítése. Esetünkben a legfontosabb, hogy a játékosok egy olyan játékelményel gazdagodjanak, amely minél több játékban eltöltött időhöz vezet. Az élmény maximalizálásának érdekében minden egyes monetáris eseményt követően van egy adatelemző csapat, amely kielemezi az adott esemény alatti viselkedést. Ezt néhány fő teljesítménymutató által vizsgálják meg.

Vevő elégedettségi mutató (Customer Satisfaction Score): ez egy 1-től 10-ig terjedő skála, amelyen az adott játékos valamilyen besorolást kap. A besorolás során különböző kategóriákba soroljuk az ügyfeleket, esetünkben a játékosokat. (Vukmir, 2006) Ezek a kategóriák a következők:

- 1 és 4 pont közötti érték esetén lemorzsolódó ügyfélről beszélünk
- 4 és 6 pont közötti érték olyan személyt jelent, aki közepszerűnek találja a nyújtott szolgáltatást
- 7 és 8 pont közötti érték már olyan ügyfelet jelent, aki megvan elégedve a szolgáltatásokkal
- 8 és 10 pont közötti érték olyan ügyfeleket takar, akik annyira elégedettek, hogy önmaguktól ajánlják a szolgáltatást másoknak is

Vevői erőfeszítés mutató (Customer Effort Score): általában egy 1 és 5 közötti egyeemes mérőszám, amely azt méri, hogy az ügyfélnek mennyi erőfeszítést kell tennie a probléma megoldása, a kérés teljesítése, a termék megvásárlása/visszaküldése vagy egy kérdés megválaszolása érdekében. Az online félkarú rablók esetében a játék Google Play vagy App Store áruházában történő értékelés általában reálisan tükrözi ezen mutató értékét. (De Haan, 2016)

Ügyfél megtartási arány (Customer Retention Rate): Az ügyfélmegtartási arány azt méri, hogy a vállalat hány játékost tart meg egy adott időszak alatt. Ez a vállalat azon meglévő játékosainak százalékában van kifejezve, akik hűségesek maradnak ezen az időn belül. (Fader, 2007) Az online félkarú rablók esetében ezt a mutatót nem szabad más iparágakban működő vállalatokkal összehasonlítani, mivel létezik egy bevonzó szakasza a játéknak, amikor program szinten be van állítva, hogy a játékos többet nyerjen mint alapvetően nyerhet. Sok játékos azt követően már nem tartja élvezetesnek és valamelyest csökken a mutató aránya. Minden ilyen nyerőgépnél van egy úgynevezett "return to player", azaz megtérülési mutatója, amely a játékos által nyert összegek arányát méri a megjátszott tétthez képest. Ez rendszerint 94-96% szokott lenni, azaz 100 betett pénzből hosszú távon a játékosok 94 vagy 96-ot kapnak vissza. A bevonzási időszak alatt az érték bőven 130% felé ugrik.

Megtérülési arány mutató: ez az arány azt mutatja meg, hogy egy-egy adott kampány esetén milyen arányban térülnek meg a költségek. Bármilyen piacot is nézünk valószínűleg ez vagy ehhez hasonló mutató lesz minden profitorientált vállalat esetében az előtérbe helyezve. Az optimális értéke ennek a mutatónak az, hogyha a kampány által szerzett bevétel fedezi vagy meghaladja a kampánnyal kapcsolatos kiadásokat. Az online félkarú rabló játékok esetében ez az arány általában pozitív a vállalat számára, mivel ilyenkor az esetek nagy részében nagyon vonzó akciók vagy érdekes kihívások várnak a játékosokra.

2.5 A szerencsejáték-függőség napjainkban

A szerencsejáték-függőséget ma már világszerte egészségügyi problémának tekintjük. Még nem tisztázott, hogy a tudatos rendellenességek vagy a nem tudatosak közé sorolják be. Hivatalos definíció szerint a szerencsejáték-függőség egy olyan tartós viselkedési forma, amely káros következményekkel jár egyéni és közösségi szinten egyaránt. (American Psychiatric Association 2013) A jelenséget világszerte közegészségügyi problémaként tartják számon és több eltérő szakmai profillal rendelkező kutató figyelmét is felkeltette, akik különböző nézőpontokból vizsgálják a jelenséget, mint például az etnográfia és antropológiai megközelítés. Az eltérő megközelítésből történő vizsgálatok hozzásegítik a kutatói közeget a probléma sokrétű és több nézőpontból történő tanulmányozását. Ezek a tanulmányok következetes és hasznos adatokat szolgáltatottak a rendellenességet kiváltó tényezőkről. (Nunez, 2017) Például Olaszországban a tanulmányok konstruktivista elméleti keretet követve elemezték az olasz játékfüggőket. Érdekes eredmények születtek, amelyek kiemelik az addikciós identitás internalizálását, valamint a függőséggel és annak kezelésével kapcsolatos konkrét szempontokat. (Venuelo, 2018)

A konstruktivista elméleti keretrendszer lehetővé teszi a kritikus vizsgálatot és a társadalmi igazságosság kutatását. A kritikus vizsgálat az a folyamat, amely során információkat, ötleteket és feltételezéseket gyűjtenek és értékelnek több nézőpontból, hogy jól megalapozott elemzést és megértést eredményezzenek, és új ötletekhez, alkalmazásokhoz és kérdésekhez vezetnek. Ez keretrendszer azért hasznos a szerencsejáték-függőséget kutatók számára, mert a hagyományos kutatási formák eszköztára nem bizonyul hatékonynak, amikor ellentmondásokkal, igazságtalanságokkal és méltánytalanságokkal kapcsolatos témákat kell vizsgálni. A konstruktivista alapokon nyugvó elmélet arra készíti a kutatókat, hogy a kutatási területen zajló eseményekre összpontosítsanak, elismerjék, hogy részei annak, maradjanak rugalmasak a folyamat során, kövessék az empirikus eseményeket és vállalják a kutatások során felmerülő esetleges erkölcsi felelősséget. (Ralph, 2015)

Összességében a szerencsejáték-függőséggel kapcsolatos kvalitatív irodalom értékes információkkal szolgált, és feltárta a korábban kvantitatív kutatásokkal azonosított rendellenesség aspektusait. A legtöbb témában megírt tanulmány azonban általában specifikusan a nem kóros szerencsejáték-függők körét vizsgálta. A kutatók elsősorban a szerencsejáték-tapasztalat sajátos aspektusaira koncentráltak, figyelmen kívül hagyva az kóros függők teljes élettörténetére vonatkozó vizsgálatot. A közelmúltban kijelentették, hogy a függőség fogalmát nem szabad viselkedési, kognitív és neurobiológiai tünetekre redukálni, hanem olyan rendellenességként kell értelmezni, amelyet sajátos személyes okok támasztanak alá. (McConnell, 2016)

A szerencsejáték-zavarral kapcsolatban az utóbbi kijelentés korrelál az empirikus felmérések adataira. Az eredmények alátámasztják a feltételezést, miszerint a rendellenesség egyenesen arányosan összefügg az egyének társadalomban és családban betöltött pozíciójának és szerepének változásával. Ezt felismerve a kutatók a kóros szerencsejáték-függőség megértéséhez kutatásaikat személyes jellegű folyamatokra alapozták, amelyekből a szerzett információkat különböző külső modellekbe illesztették és elemezték. Tehát a szerencsejáték szokásokkal kapcsolatos egyéni zavarokat nem szabad magukban elemezni, hanem figyelembe kell venni a vizsgált egyének magánéletében jelenlévő tényezőket is. Ezeket figyelembe véve

elkezdtek kirajzolódni a függőség kialakulását és annak megmaradását meghatározó szempontok. Ilyenek a személyek pszichoszociális vonásai, mint például: személyiségtípus (pl: impulzivitás), egyéni értékek (pl: materializmus), érzelmi állapot helyzete (pl: érzelmi stabilitás) és a szociális képességek. (Tabri, 2017)

A mentális betegség szubjektív tapasztalatának központi kérdése a zavar tudatosítása. A zavar tudatosság kognitív, viselkedési és érzelmi összetevőiben megfelel a szerencsejáték-zavar pszichológiai problémaként való meghatározásának. Egy személynek, aki tisztában van a függőségével, képesnek kell lennie arra, hogy elfogadható magyarázatot adjon arra vonatkozóan, hogy a személyes tapasztalatok hogyan segítették elő a rendellenesség kialakulását és fennmaradását. Ezenkívül a tudatosság magába foglalja annak szubjektív észlelését, hogy a rendellenesség hogyan hat az élet több területére. Amint azt más rendellenességek esetében is megfigyelték, a betegség tudatosságának hiánya nehézségeket okozhat annak kezelésében. Például a naiv elméletek (azok a spontán magyarázatok, amelyeket az egyén ad a mentális betegségére vonatkozóan) a rendellenességről és a megküzdés módjáról (pl. kognitív torzítások, metakogníció, önstigma) akadályozhatják a kezelési folyamatot. (Baxter, 2016) Ennek megfelelően a terápia korai szakaszában gyakran alkalmaznak olyan beavatkozásokat, amelyek célja a zavar tudatosságának növelése (pl. motivációs interjúk, pszichoedukációs foglalkozások).

2.6 Társadalmi konformitás

Solomon Asch egy olyan kísérletet kivitelezett a 20. század első felében, amelynek célja a egyén társadalmi konformitásra való hajlamának a vizsgálata. A kísérlet során azt vizsgálták meg, hogy miként alakul az egyén önmagáról alkotott képe a társadalmi normák és elvárások fényében. A kísérlet alanya 123 férfi volt. Egyesével 5-7 főből álló csoportokba osztották őket, ahol a tesztalanyokon kívüli személyek beépített emberek voltak, akik ismerték a kísérlet valódi célját, viszont ők is úgy tettek, mintha hozzájuk hasonlóan átlagos résztvevők lennének. Ezek a beépített emberek szándékosan egybehangzó téves választ adtak. A kutatás során arra voltak kíváncsiak, hogy a tesztalanyok csatlakoznak-e a többség által elfogadott rossz válaszhoz, vagy kiállnak a számukra nyilvánvalóan jó válasz mellett. A tesztalanyok már előre kitöltötték a teszteket, így tudták, melyek a helyes válaszok. Az előzetes tesztkitöltések során 720 válaszból csupán 3 volt hibás. Az 1955-ben az "Opinions and Social Pressure" című publikációban közölt eredmények azt mutatták, hogy az egyén sokkal inkább a társadalmi konformitásra törekszik, még akkor is, ha így a saját maga által vélt igazságot kell a háttérbe sorolja. Amikor már a csoportban kellett válaszoljanak a kérdésekre, akkor 75%-uk válaszolt meg hibásan legalább egy kérdést, de volt olyan résztvevő is, aki 12-ből 11 kérdésre rosszul válaszolt. A szociálpszichológus szerint: "A kannibál törzs tagja a kannibalizmust összességében megfelelőnek és helyénvalónak fogadja el". (Solomon Asch, 1955, 1)

Bár a híres társadalmi konformitás kísérlet publikációja már 67 éves, a benne lévő következtetések többsége mai napig megállja a helyét. Jelenkori társadalmunkban számos területen megfigyelhető ez a jelenség, melyet a szakmai nyelv nyáj hatásnak nevez. Nyáj hatásról akkor beszélünk, hogyha az egyén nem szeretne kimaradni egy adott közösségbe való tartozásból. Ez megtörténhet úgy, hogy az egyén tudatában van ennek, és aláveti az önmaga

által vélt igazságot a közösség elveinek és szokásainak, vagy egyszerűen nincs elegendő információja. (Schmitt-Beck, 2015)

A szerencsejáték iránti függőség kialakulásának egy ilyen közeg is lehet a kiindulópontja. Ennek az iparnak egyik stratégiai erőssége pont ebben rejlik: megszerettetni a játékokat egy adott csoporttal, akik aztán hólabda módszerrel bevonzzák ismerőseiket és barátait. Ezt általában úgy érik el, hogy a játékok nagyon látványos animációkat használnak, illetve a nagy nyeremény lehetőségével kecsegtetnek. A játékos azzal az érzéssel végez egy pörgetést, hogy most nagyot fog nyerni. Ilyenkor két lehetőség van: nyer egy kisebb összeget vagy nem nyer semmit. Amikor nyer egy kisebb összeget, akkor azt tapasztalja, hogy van nyereményre lehetőség, és újra pörget a még nagyobb reményében. Ha nem nyer az adott pörgetés, akkor a játékosban az a késztetés alakul ki, hogy a következő pörgetéssel nyerni fog, és azért sikerülhet visszaszerezni a nemrég elvesztett valós vagy virtuális pénzt.

2.7 A belátás vakságot okoz

Paul Watzlawick a 20. század pszichológusainak egyik fontos alakja. Van a pszichoterápiában egy olyan feltevés, miszerint minden ember tisztában van a saját viselkedésével, teljes mértékben ismeri magát és az egyéni múltját. Ez a következtetés azon a feltételezésen alapszik, miszerint a lelki nehézségek legyőzéséhez és viselkedési szokások megváltoztatásához az ember számára szükséges ismerni a saját érzelmi mintázatainak forrását. Watzlawick a saját érzelmeink felismerésének folyamatát belátásnak definiálta. Ami azt jelenti, hogy bármilyen veszteséggel járó élethelyzetben a szomorúság időtartama nem feltétlenül az aktuális veszteség miatt van. Például, amikor valaki egy párkapcsolat végét elsirató időszakot él meg, akkor nem annak a konkrét deficite, hanem egy gyermekkorban elszenvedett traumatikus állapot emléke nyilvánul meg benne. Ugyanis a tudatalattija az elhagyatottság érzését összekapcsolhatja a szülő elvesztését követő hiányérzettel. Sok terapeuta és még Watzlawick is azt a tábort erősíti, miszerint egy páciens számára sokkal rosszabb érzelmi állapotot szülhet egy ilyen belátás. Watzlawick szerint a belátás megtörténe után az emberek hajlamosak tudatosan nem észrevenni a problémát és ezáltal ennek a megoldását sem. (Watzlawick, 2011)

Hasonló magatartást vélhetünk felfedezni a hétköznapi életben is. Ez teljes mértékben megfigyelhető valamilyen szenvedélybetegségben szenvedő embereknél, legyen az alkohol, cigaretta, pornográfia, szerencsejáték stb. Mindegyikben közös vonás, hogy a szenvedő alanyok tudatában vannak a függőségnek, tehát megtörténhet a belátás, de ennek ellenére megismétlődnek a korábbi életciklusok, mert nem tudnak másképp cselekedni. Vagyis hiába detektálják magukban ennek tényét, mert érzelmileg sokkal könnyebb, hogy szemet hunyjanak a függőségek felett – mivel ez a természetes számukra –, mintsem ennek megoldásán dolgozzanak. Ezért a gyógyító eljárások során a terapeuták néhány alkalmas kezelést javasolnak, amikor célzottan az akut helyzetet kezelik.

2.8 A szerencsejáték-függőség idegtudománya

A szerencsejáték a szórakoztatóipar egyik ága, ahol a játékosok egy értéktárgyat (általában pénzt) kockáztatnak egy bizonytalan kimenetelű nagyobb nyeremény reményében. A szerencsejátékok a kockázatos választás hasznos modelljeként szolgálnak, amennyiben a két lottó közötti választást modellező laboratóriumi feladatokat „a viselkedési közgazdaságtan gyümölcsének” tekintik (Kahneman, 2011). Széles körben ismert tény, hogy a játékos számára a játék hosszú távon negatív végkimenetelű („mindig a ház nyer”). Ezek további fényt deríthetnek néhány hibára és torzításra, amelyek az emberek döntéshozatalát jellemzik.

A viselkedési közgazdaságtan célja, hogy a különböző választási folyamatokat számszerűsíthető diszkrét paraméterekké alakítsa. Ez azért fontos a tudósok számára, mert általa képesek kvantifikálni a megfigyeléseket. Az egyik legismertebb ilyen módszer a kilátásmélet, mivel képes leírni egy gyakori viselkedési sorozatot és a bekövetkezett események várható értéktől történő eltérését (szórását). A kilátásmélet központi tulajdonsága az élőlények veszteségkerülő magatartása, amely szerint az emberek sokkal érzékenyebbek a veszteségekre, mint a várható nyereményekre. Például a kutatások kimutatták, hogy az olyan játékokat, amelyekben a résztvevőknek 50–50% arányban van esélyük nyerni vagy elveszíteni a megtett tétet, kevésbé vonzzák a játékosokat.

A viselkedési közgazdaságtan által kínált pszichológiai modellek fényt derítettek az agyunk kognitív disztorzióira, amelyek a szerencsejátékok használata során keletkeznek. Ezek a torzítások a játékosok gondolkodásmódjában jelentkeznek, ahogyan a játékokban fellelhető véletlenszerűséghez, nyerési esélyhez és ügyességi faktorokhoz viszonyulnak. Ezek olyan kombinációban élnek a játékosok fejében, hogy a nyerési esélyt helyezik előtérbe, ezáltal elhomályosítva a másik két aspektus jelentőségét. (Clark, 2010)

A norepinefrin és a dopamin olyan agyi neurotranszmitterek, melyeknek szerepük van a jutalomérzés, illetve a veszteségkerülés létrejöttében. Neuroanatómiai szempontból a veszteségkerülés létrejöttében a ventralis striatum és az amygdala patológiás működése játszik szerepet, míg a thalamicus norepinephrin moduláló hatással van erre a rendszerre. (Tom, 2007; De Martino, 2010; Takahashi, 2013).

A dopamin az elsődleges kutatási terület a kóros játékfüggők neurokémiai rendellenességeinek tanulmányozása során. A dopamin egyike azoknak a neurotranszmittereknek, amelyek az agyban a kellemes érzet kialakulásáért felelnek. Bizonyított tény, hogy ez felelős a kábítószer-függőség kialakulásáért, ugyanis a dopamin a saját receptorain hatva a jutalmazási központot aktiválja. Mivel a Parkinson-kór kezelésében központi szerepet játszik a dopaminrendszert serkentő gyógyszerek alkalmazása, ezért Parkinson-kórban szenvedő betegek esetében fokozott eséllyel alakulhat ki szerencsejáték-függőség, hiperszexualitás és kényszeres vásárlás betegsége. (Ambermoon, 2011)

A funkcionális mágneses rezonancia vizsgálatok (fMRI) nagyban hozzájárultak ahhoz, hogy a kutatók egy lépéssel közelebb kerüljenek a kóros szerencsejátékosokat jellemző folyamatos késztetés feltérképezéséhez. A kóros játékfüggőségben szenvedő személyeken végzett fMRI vizsgálatok során azt vették észre, hogy a lehetséges nagy pénzbeli nyeremény reménye és a különböző késztető hatások tompított idegi választ idéztek elő a ventralis striatumban (az agyi jutalmazó rendszer egyik igen fontos eleme), illetve az orbitalis és a lateralis prefrontalis cortexben (PFC). A kutatók az eredmények alapján arra a következtetésre

jutottak, hogy függőségben a fent említett területeken csökkent a dopaminreceptorok száma, azaz „agyi jutalomhiány” van jelen. (Balodis, 2012)

2.9 A zsákmánydoboz pszichológiája

A zsákmánydobozok a modern videójátékok körében elterjedt pénzköltési lehetőség. A legjobb megfogalmazás ezekre szerintem a “ragadozó bevételszerző stratégia”. (King & Delfabbro, 2018) Ezek a dobozok virtuális javakat rejtenek, amelyek véletlenszerűen generál a rendszer: játékbeli valuta, tárgyak, karakter kinézetek, stb. Egyes elérhető nyeremények előnyhöz tudják juttatni a játékost, még mások csupán kozmetikai dolgok. Mindezt egy szerencsejáték keretrendszer mechanizmusait felhasználva, amit a játékosok valódi pénzt vagy játékbeli valutát felhasználva tudnak aktiválni. Egy ilyen doboz kinyitása a játékos számára kellemes audiovizuális animációval jár, amely gyakran tükrözi a játék stílusát és számos esetben emlékeztet a félkarú rablók esetében használt hatásokra. (Drummond & Sauer, 2018)

Az elérhető nyeremények választéka általában bőséges egy-egy ilyen dobozban. A félkarú rablók működési mechanikájához hasonlóan, itt is minden egyes elemhez előre meghatározott bekövetkezési valószínűség tartozik. A valószínűségek olyan módon vannak beállítva, hogy a legkívánatosabb tárgyat lehessen a legnehezebben megszerezni, azaz annak legyen a legkisebb a nyerési lehetősége. A kívánt tárgy megszerzésére történő folyamatos próbálkozások során csapdába eshetnek a játékosok. Ilyenkor legjobb esetben csak hosszabb ideig játszanak az adott zsákmánydobozzal, de megeshet, hogy valós életbeli anyagi károk is keletkeznek ennek következtében. Az anyagi károk akkor keletkeznek, hogyha az egyén egyre többet veszít, de folyamatosan újra próbálkozik, hogy korábbi befektetései végre a következő pörgetéssel megtérüljenek. (Karlsen, 2011) Az anyagi és időveszteségek mellett sajnos vannak esetek, amikor a játékosok frusztráltak, stresszesek, idegesek és akár depressziósak is lehetnek a folyamatos veszteség, illetve az áhított nyeremény nem megszerzése.

Mitől minősül egy játék szerencsejátéknak? Jogi értelemben véve a szerencsejátékot három paraméter jellemzi: pénzbe kerül a játszása, lehetőség van a megjátszott összeghez képest nagyobb díj elnyerésére és a nyeremények valószínűségi változók vannak hozzárendelve. Az első és harmadik jellemző teljes mértékben igaz a zsákmánydobozokra, de a második jóval összetettebb, így nem lehet egyértelműen eldönteni, hogy igaz rá vagy sem. Gyakori megjegyzés, hogy a zsákmánydobozok minden esetben nyereményt biztosítanak a játékos számára, szemben a félkarú rablóval és más szerencsejátékokkal, amelyekben vannak körök, amikor nincs nyerés. Viszont sokszor a nyeremény egy olyan érték, amit a játékos már birtokol vagy nem akar megszerezni. Ezen a ponton kerül be a képbe az a tény is, miszerint a virtuális nyeremények értékelése gyakran szubjektív. Nem lehet behatárolni, hogy melyik a lényegében értékes nyeremény, mert játékos és személy függő, hogy az adott kínálatból az egyén számára melyik érték megszerzése jelentene elégedettséget. Jelenleg némely játékokban lehetőség van elcserélni vagy eladni a zsákmánydobozokból származó eszközöket, ami által a játékos akár valós pénzt is szerezhet belőle. Ezen tranzakciók jelenléte nehezíti meg a zsákmánydobozok szerencsejátékok közé történő besorolásának kérdését. (Reber, 2012)

2.10 Személyre szabott visszacsatolós beavatkozások

A személyre szabott visszacsatolós (Personal Feedback Intervention - PFI) beavatkozások segítik az egyéneket önmaguk megismerésében azáltal, hogy egy részletes kiértékelés által bőséges információt ismerhetnek meg saját viselkedésükkel kapcsolatban. Ezt a módszert gyakran szokták alkalmazni a függőségtől szenvedő embereken, többek között a szerencsejáték függőség kezelésére is. A technika használható egy több alkalmon átnyúló kezelés esetében is, mint az eszköztár része más módszerekkel karöltve. A szerencsejáték-problémák esetében egyes kutatók azt sugallták, hogy a rövid, célzott beavatkozások ugyanolyan hatékonyak lehetnek, mint a több alkalomból álló kezelések, így ezek ígéretes útvonalak a jövőbeni megvalósítás és kutatás számára. Szisztematikus felülvizsgálatok által arra a következtetésre jutottak, hogy a PFI-k megfelelőek lehetnek a kezelést nem kérők számára, bár a hatások korlátozottak voltak a többi, több alkalomból álló terápia formához képest. Viszont egyik oldal sem számszerűsítette a PFI-k hatását a szerencsejátékok viselkedésre vagy nem tárta fel a tapasztalt hatások lehetséges szabályozó tényezőit. Hogyha a függőség kezelő szolgáltatást végző szakemberek jobban meg tudnák érteni a szabályozók szerepét, akkor lehetőségünk nyílik arra, javuljon azok hatékonysága és eredményessége. (Petry, 2017)

A szerencsejátékokra összpontosító PFI-k általában úgy zajlanak, hogy először felméri az egyén szerencsejátékokkal kapcsolatos viselkedését, például mennyi időt vagy pénzt fordít az egyén szerencsejátékokra, majd ezt az információt visszaadják az egyénnek. Ezeket az információkat gyakran összefoglaló formában fogalmazzák meg, és egy nagyobb népesség szerencsejáték-viselkedésének normatív szintjeibe helyezik (pl: „A múltban havonta X dollárt költött szerencsejátékokra. Ez hozzávetőleg X dollárral több, mint a más hasonló embereké”). (Larimer, 2012)

Igaz, hogy a személyes jellegű információk kapcsolódási pontok a PFI és más kezelési módszerek között. Ezzel szemben a PFI-k egyike a másiktól jelentősen eltérhet, mivel eltérőek lehetnek a minták jellemzői, a beavatkozások tartalma és a beavatkozások módjai. A felsoroltak közül a minta jellemzői fontos szerepet játszhatnak a PFI módszer különböző szintű hatékonyságában. Számos, egyetemisták körében végzett, kutatás dokumentálta a rövid beavatkozások mértékét és hatékonyságát, amelyek célja az egyének egészséges életmódra történő motiválása volt. (Larimer and Crounce 2007) Az egészséges életmód alatt ebben az esetben a mentális egészségre kell gondolni. Azért volt megfelelő minta az egyetemisták rétege, mivel az ember egyetemi éve alatt számos kísértésnek van kitéve. Ez nem feltétlenül az egyén hibája, lehet csupán a hosszú távon számára nem megfelelő társaság veszi őt körül az adott pillanatban. Mint azt Solomon Asch kutatása is bebizonyította, hajlamosak vagyunk a magunk által vélt igazságot és normákat háttérbe szorítani a társadalmi, jelen esetben baráti kör, konformitás érdekében. Egy ilyen kísértés lehet a szerencsejáték is. Eleinte csak kipróbáljuk, de nem kizárt, hogy az egyetemről kikerülve felnőttkorban is megmarad a kényszerítés. Az esetek többségében sajnos nem csak megmarad, hanem idővel súlyosbodik ez a kényszerítés és gyakran negatív következményeket szül az egyén életében, mint például a függőség. (Borsari, 2007) A kutatók arra jutottak, hogy a PFI módszer az egyetemisták körében hatásosnak bizonyult a szerencsejáték függőség megelőzésében és kezelésében.

A PFI beavatkozások akkor tűntek a leghatékonyabbnak, hogyha egy nagyobb számú szerencsejáték függő csoporton alkalmazták. Ilyenkor a csoportban résztvevő egyéneket sok szerencsejátékkal kapcsolatos oktatási jellegű információkat biztosítottak, amelyet személyes motivációs elbeszélgetések követtek. A tapasztalatok azt mutatják, hogy a módszer hatékonysága jelentősen csökkent, amikor hiányzott a motivációs beszélgetés vagy a megfelelő informálás. A kutatások során arra a következtetésre jutottak, hogy a hatékonyság nem változott annak függvényében, hogy főiskolai vagy közösségi csoportokon végezték el. Összességében a PFI egy könnyen elvégezhető, alacsony költségvetésű beavatkozás, amely egy jó stratégia lehet az egyének függőségének csökkentésére. Azonban jelentősebb hatások csak akkor fognak jelentkezni, hogyha ezt egy kezelési paletta részeként alkalmazzák, nem pedig önmagában. (Peter, 2019)

2.11 A harag és az érzelmi analfabetizmus szerepe a szerencsejáték-függőségben

A Mentális Zavarok Diagnosztikai és Statisztikai Kézikönyve (DSM-5) ötödik kiadása szerint a kóros szerencsejáték-függőséget addiktív viselkedési zavarként határozzák meg, mivel a jelenség nagyban hasonlít a kábítószer-függőségre neurobiológiai- és pszichológiai tünetek terén egyaránt. (American Psychiatric Association, 2013) Valójában mindkét esetben ugyanazok a neuroanatómiai és neurokémiai jellemzők állnak a viselkedési zavar mögött, mint például a tolerancia hiánya, visszahúzóds és sóvárgás. (Potenza, 2013)

Mindamellet, hogy vannak közös vonások, különbségek is megfigyelhetők egy kábítószerfüggő és egy szerencsejáték-függő között. Például a kábítószerfüggők és az alkoholisták esetében észrevették, hogy kisebb a szürkeállományok térfogata az átlagos emberéhez képest, még a szerencsejáték-függők körében ez a morfológiai változás nem létezik. (Van Holst, 2012) A szerencsejáték-függők viselkedésében gyakran megjelenik a veszteség utáni hajszja. Ezt a folyamatos törekvés jellemzi, hogy megszerezzék a játékhoz szükséges pénzt vagy kifizessék a szerencsejátékok során elszenvedett pénz veszteségek miatt felhalmozott adósságállományt. (Gainsbury, 2014) Ez a rendellenesség gyakran más pszichiátriai betegséggel együtt jelentkezik, ami által sokkal bonyolultabb és nehezebb lesz ezek kezelése is. A függőség olyan pszichopatológiai betegségekkel együtt alakulhat ki, mint például a vakmerő kockázatvállalás, heves természet, adrenalin függőség és negatív érzelmek. Ezek nem csak a kialakulásában játszanak fontos szerepet, hanem ennek súlyosbodásában is. (Kraplin, 2014)

A kóros szerencsejáték-függőség vizsgálatának további lépése a neuropszichológiai és idegképi megközelítések beépítése. Ezen megközelítések különbséget tesznek a kóros játékfüggők és a nem kóros játékfüggő emberek esetében megfigyelt. A megfigyelések adatai szerint számos agyi áramkör másképp működik kognitív kontroll során és nem megszokott működési tevékenység észlelhető ezekben. A nem megszokott áramköri működés olyankor jelentkezik, amikor a játékos jelentősebb összegű pénzt nyer vagy veszít. Emellet vannak tanulmányok, amelyek felfedtek a túlzott motiváció jelenlétére, amely a szerencsejátékok játzsása során alakul ki. (Van Holst, 2012)

A harag egy olyan elsődleges érzelmi állapot, amely az egyénben akkor alakul ki, ha egy tárgy, egy személy vagy egy helyzet által meg lett sértve. Ennek intenzitása egy széles skálán mozog, ahol a legalsó szintet az enyhe irritáció jelenti, a legfelsőt pedig a tomboló düh.

Fontos megemlíteni, hogy a harag eltérő jelenséget ír le, amikor vonásként vagy állapotként utalunk rá. Személyes vonásként azt jelenti, hogy az adott egyén általánosan hajlamos dühösen reagálni élethelyzetekre. Állapotként azt takarja, hogy az adott pillanatban az egyénnek egy átmeneti, változó intenzitású érzése van. (Aymami, 2014) Tehát a harag az agresszív viselkedés egyik összetevője, amely, ha kontroll nélkül fejeződik ki, akkor impulzus diszkontroll alakulhat ki a szerencsejáték iránt, hasonlóan a mértéktelen evészavar betegséghez. Minél magasabban helyezkedik el egy kábítószerfüggő haragja az enyhe irritáció - tomboló düh skálán, annál inkább fokozza a visszaesés lehetőségét és ez pedig kezelésekről történő lemorzsolódáshoz vezethet. Figyelembe véve a kábítószer és a szerencsejáték által okozott függőségi tünetek idegrendszeri hasonlóságait és a harag által gerjesztett impulzus diszkontrollt, vélhetően a harag releváns szerepet játszik a szerencsejáték-függőségben szenvedők esetében is. (Marazziti, 2014)

A hagyományos pszichiátriai megfigyelések alapján a haragot különböző módon élik meg és vezetik le a nők és a férfiak. Nők esetében általában a harag egy hosszabb időn át tartó folyamat, amelyet az esetek túlnyomó részében verbálisan adnak ki magukból. Ezzel ellentétben a férfiaknál hamarabb elmúlik a harag érzése, viszont ők ezt inkább tárgyak és emberek iránti agresszívebb és erőszakosabb viselkedés által vezetik le. (Campbell, 2008) Kutatómunkám során nem találtam olyan tanulmányt, amelyben a nemek tekintetében vizsgálták volna a harag kivetülését a szerencsejáték függőségre.

A harag mellett, a kóros szerencsejáték-függőség kockázati tényezőivel kapcsolatos kutatások egy másik érzelm szabályozási folyamatra is összpontosítottak. Ez az érzelmi analfabetizmus volt. Érzelmi analfabetizmusról akkor beszélünk, amikor az egyénnek nehézségei akadnak érzelmeinek felismerésére és azok kifejezésére, illetve hajlamosak szándékosan háttérbe szorítani érzéseiket és teljes figyelmüket csakis a külvilág történéseire összpontosítani. A kutatók magas érzelmi analfabetizmus szintet fedeztek fel azoknál a személyeknél, akik szerhasználati zavarokban vagy függőségi rendellenességekben szenvedtek. (Maniaci, 2015)

A függőséget okozó viselkedés akár úgy is létrejöhet, hogy az érzelmi analfabetizmusban szenvedő alanyok megpróbálják önszabályozni érzelmeiket. Az érzelmi analfabetizmus és a harag közötti eddig kevés tanulmány értékelte, így nincs elegendő adat a köztük található bizonyított összefüggés kijelentésére. De azt a következtetést már sikeresen levonták, hogy egy személy érzelmi analfabetizmus mértéke egyenesen arányos a nonverbális harag előfordulásával. (Taylor, 1997)

A tudomány jelenlegi állása szerint nem világos, hogy a harag előre jelezheti-e a kóros szerencsejáték-függőséget, mindezt teljesen függetlenül a szerencsejáték-függőség és érzelmi analfabetizmus kapcsolatáról.

3. A JÁTÉKOSÍTÁS TUDOMÁNYA

2.12 A játékosítás általános bemutatása

A játékosítás (angolul: gamification) a játékban történő részvételre irányuló pszichológiai hajlam kihasználásának koncepciója. A folyamat ugyanazokat a motivációs mechanizmusok tárházát használja fel, amelyeket a játéktervezők a videójátékok működésének és felépítésének megtervezésekor is alkalmaznak. A játékelemek kiterjesztésének a valós életbe történő átültetésének célja, hogy egyes hétköznapi tevékenységek vonzóbbak és érdekesebbek legyenek az ezeket elvégző személyek számára. A játékok működési alapelemeinek valós életben történő alkalmazása nem teljesen új ötlet, de az utóbbi évek során egyre népszerűbb kivitelezési módja lett a motiváció megteremtésének. (Kappen és Nacke, 2013)

A játékosításban rejlő lehetőségek és erősségek az élet számos területén kínálnak olyan megoldásokat, amelyek az előttük ismert és alkalmazott módszerekkel szemben hatásosabbnak bizonyultak, mint például az oktatás, innováció, teljesítmény és termelés javítása az üzleti környezetben. (Warmelink, 2020)

Egy 2018-ban publikált kutatás alapján a játékosítás iparág piaca 2017-ben elérte a 4.3 milliárd dollárt és azt jósolták, hogy 2024-re ez 6%-al fog növekedni. Más kutatások szerint ennek értéke 2021 - 2025 időszakban elérheti a 19 milliárd dolláros értéket is. A 2015-ös évben a világ 1000 legnagyobb vállalata közül körülbelül 40%-a (nagyjából 400) alkalmazott játékosítási stratégiákat tevékenysége során. A módszerek bizonyított hatékonysága miatt azonosították, hogy ezek a megoldások fontos építő elemei a vállalat jövőbeli sikerének és a növekedésének. A megfigyelések alapján a vállalatok a játékosítást leginkább az alkalmazottak motiválása, toborzási- és kiképzési célok esetében használták. (Larson, 2020)

Vannak olyan speciális igények a vállalati szférában, amelyek kihívásként jelentkeznek a játékosított módszerek számára. Ilyen lehet például az, hogy eltérő preferenciákkal rendelkező alkalmazottak esetén egy olyan rendszert kell kialakítani, amely általánosan mindenkinek megfelelő. De ugyanilyen kihívást jelent az is, ahol minden réteg egyedi rendszerben szerepel, viszont összességében ez nem juttatja jogtalan előnyhöz a vállalat egyetlen alkalmazotti rétegét sem. Az eltérő személyes preferenciák általában az alkalmazottak életkor, neme, vallása és kulturális közege miatt alakulnak ki. A kutatók megállapították, hogy a munkaerőpiacon jelenlévő, különböző identitással rendelkező egyének miatt a játékosítást kivitelező csoport vagy vállalat jó, hogyha a célcsoportra célzott ismeretekkel rendelkezik. Ilyenek alatt gondoljunk most például pszichológiai és etnográfiai ismeretek gyarapításáért elvégzett képzésekre. Ezenkívül néhány kutató szerint a kapitalista rendszerben alkalmazott játékosítási folyamatok csupán arra valók, hogy a munkavállalókat jobban kizsákmányolhassák a tőkével rendelkező személyek, illetve, hogy ezekkel a rendszerekkel sokkal erőteljesebben tudják manipulálni őket. (Urlick, 2017)

Korai kritikái ellenére a játékosítás sikeresen ösztönzi az embereket azáltal, hogy játékosabb keretet biztosít a hétköznapi (és gyakran monoton) feladatok elvégzésére. A játékosítási folyamat révén megalkotott rendszerek általában interaktívák és magukkal ragadóak. Az úgynevezett "szórakozási réteg" jelenléte a cselekedetekhez kihívásokat rendel, illetve azok megoldásakor jutalmat biztosít. A jutalmak lehetnek rövid és hosszú távúak. A jutalom rendszer megtervezésekor a fő szempont az, hogy az adott megrendelő milyen távon

szeretne jelentősebb hatást megfigyelni, illetve működtetni egy-egy rendszert. Vannak iparágak, ahol a rövidtávú hatékonyságot részesítik előnyben, például ahol a céges politika az emberek rövid távon történő megtartására helyezi a hangsúlyt, mivel ők a munkások korai kiégése miatt magas fluktuációval dolgoznak (Flatla, 2011)

2.13 Mitől lesz hatékony egy játékosított keretrendszer?

Napjaink társadalmában az emberi létünk része az interakció, a játék, a közös szórakozás, a versenyszellem és az együttműködés. Egy játékosított rendszer, akkor nevezhető hatékonynak, hogyha az élmények felkínálása által képes befolyásolni az emberi viselkedést. Ezt úgy lehet elérni, hogy az adott rendszer alkalmazza a játék tervezői eszköztárban megtalálható eszközök legalább egyikét az olyan alkalmazásokban vagy szolgáltatásokban, amelyek az embereket valamilyen döntési helyzet elé állítják. (Kappen, 2013)

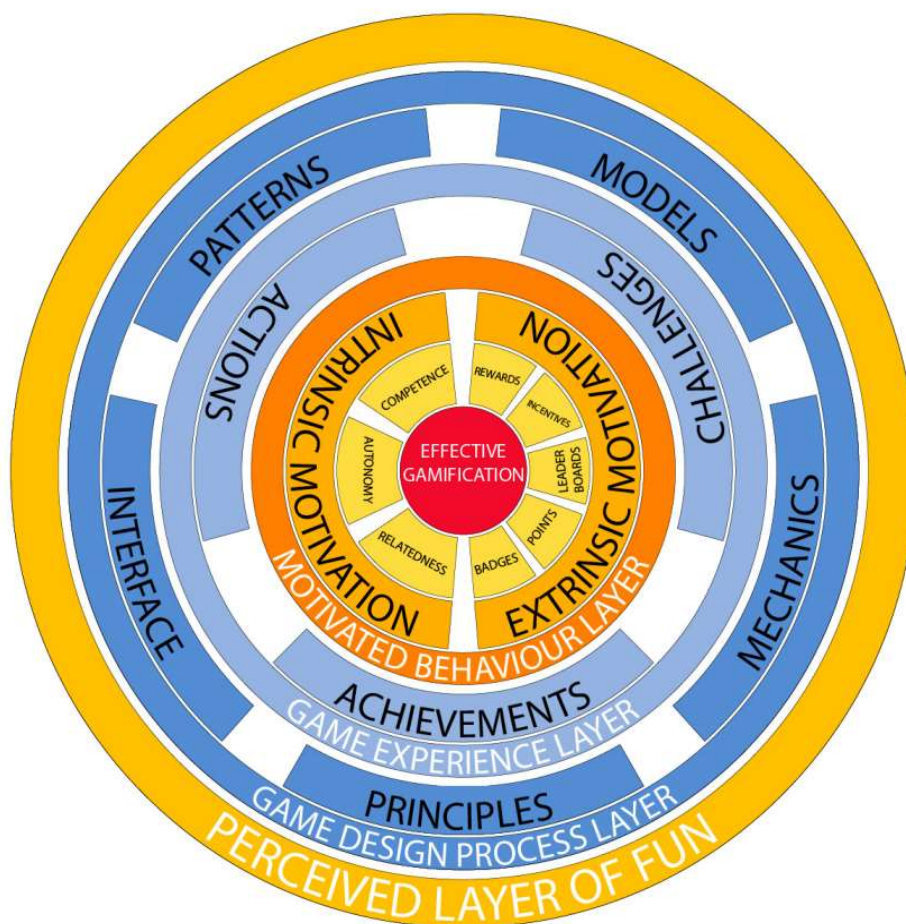
Létezik egy MDA (Mechanics - Dynamics - Aesthetics) nevű keretrendszer, amelynek neve magyarrá fordítva a mechanikus, dinamikus és esztétikus szavak hármából tevődik össze. Ez egy tervezési modell, amely a következő három építőelemet ötvözi: szabályok, rendszer és szórakozás. Itt a szórakozást az úgy definiáljuk, mint az esztétikának megfelelő érzelmi reakció. Ez a modell megteremt a kapcsolatot a tervező és a játékos játékkal kapcsolatos tapasztalatai között. A tervezőknek azonban több és világosabb iránymutató adatokra van szükségük. Ezt a hiányt pótolva egy olyan megértést szolgáló rendszert alkottak meg, amely lehetővé teszi a játék tervezők számára, hogy a játékosok szemszögéből is élvezhetően céltudatos és lebilincselő játékokat alkossanak. A megértést szolgáló rendszer eszköztárának alapját a Daniel Cook által megalkotott alapvető készségi táár képezi, amely elengedhetetlen a játékosítási folyamat tervezési szakaszában lévő elemek közötti interakciók létrehozására. Azért beszélünk játék tervezői folyamatról, mert a rendszerek és azok alrendszerei önmagukban is külön folyamatként határozhatóak meg. (Schell, 2008)

A kutatási eredmények alapján a kutatók arra a következtetésre jutottak, hogy a jó játék tervezői folyamat egy kaleidoszkóphoz hasonló felépítéssel rendelkező sémára épül. A játék tervezése során a magtól kell kifelé haladni. Ennek 5 alkotóelemét állapították meg, amelyek a következők (Kappen, 2013):

- **Célravezető játékosítási mag:** a kaleidoszkóp ezen központi magja köré épül fel a terv, amely a játékos élményét helyezi előtérbe. A hatékony játékosítást teszi lehetővé úgy, hogy mindig a fő célokat helyezi a fókuszba.
- **Motivált viselkedési réteg:** a játéktervező erre a rétegre érkezik a belső magból történő kilépése után, azaz amikor megvannak a fő céljai. Itt meg kell állapítani a felhasználói igényeit és azt, hogy miként tudja őket motiválni. Két külön motivációt különböztetünk meg, amelyeket a szaknyelv egyszerűen csak külső- és belső motivációknak nevez meg. A külső motiváció létrejöttét befolyásoló tényezők közé soroljuk a különböző jelvény rendszereket, gyűjthető pontokat, ranglistákat és más ösztönzőket felsorakoztató jutalmakat. A belső tényezők közé tartozik az egyéni autonómia, kompetencia szint figyelembevétele és a kapcsolati háló jelenléte.
- **Játékélmény réteg:** az előző rétegben gyűjtött információk alapján a játéktervező kitalál a játékos számára ösztönzően ható játékmenetet. Ilyenkor az elvégzendő cselekvéseket, kihívásokat és a kapott eredményeket, úgy kombinálja össze, hogy az

egy egységes és pozitív játékélményt biztosítson a résztvevők, jelen esetben a játékosok, számára. Majd az elkészült terveket integrálja a játékosítás folyamatába.

- **Játék tervezésének rétege:** ebben a rétegben lévő elemek a játékosítási folyamat egyik alrendszereként vannak jelen. A folyamat ezen lépésében tervezik meg a konkrét játékot. Természetesen úgy kell eljárni a tervezés során, hogy integráláskor az előző rétegek megállapítások kritériumainak eleget tegyenek. Ilyenkor kerülnek rögzítésre a játék működési alapelvei, mechanikája, modellek, minták és egyéb arculati elemek. Mikor mindennel elkészülnek, akkor egyesítik a rétegeken kifelé történő lépések eredményeit. Optimális esetben az egyesítés után az a játék fog a készítők előtt összeállni, amely megfelel a játékosok és a készítők elvárásainak egyaránt
- **Az észlelt szórakozás rétege:** A játéktervezési folyamat legkülső rétege, amely szinergikusan konvergáló kapcsolatban áll a motivált viselkedési réteggel. Fontos, hogy ez a kettő összhangban legyen, mert nagy hatással van a felhasználóra, hogyha egy üzleti alkalmazás vagy szolgáltatás játékosított verzióját szeretnék megkedveltetni vele.



1. ábra: A játék tervezésének folyamatábrája (forrás: Kappen, 2013, 2. oldal)

2.14 Játékosítás a turizmusban

Ismerve a játékelemek használatának előnyeit és a játékosított gondolkodás más kontextusban történő alkalmazását, számos lehetőség van ennek a hétköznapi eseményekbe történő implementálásra. A turizmusba is begyűrűzött már ez a folyamat, például a világ legmélyebb kukája és a palack szalagos játéktermi gép, amelyek a turisztikai értékük mellett a környezettudatossághoz is nagyban hozzájárulnak.

A turizmus egy szolgáltató iparág, amelyben nagy hangsúlyt fektetnek a turisták által megélt élmények pozitív mivoltára. A fogyasztók integrálásra az értékteremtő folyamatokban az nagymértékben attól függ, hogy mennyire teszik lehetővé a turisztikai szervezetek a fogyasztók fejlesztésekben történő szerepvállalását. A szolgáltatási rendszerek megfelelő platformok lehetnek erre, hiszen itt a turisták kapcsolatba tudnak lépni a turisztikai szolgáltatókkal. A játékosítás kétféleképpen alkalmazható ezekben a rendszerekben. Az egyik az, amikor az ügyfelek elkötelezettségének növelésére vagy szinten tartása a cél. A másik az, amikor az iparágban vagy az adott vállalatnál dolgozó alkalmazottak szervezeten belüli munkavállalói élményen szeretnének javítani. (Houtari és Hamari, 2012)

A turisztikai szervezetek nagyrészt a játékosítás folyamatát marketingre, értékesítésre, a vásárlók bevonására, humánerőforrás fejlesztése, termelékenység növelésre és beszerzésre céljából alkalmazzák. Más iparágakhoz képest a turizmusban viszonylag új dolognak számítanak a játékosítási folyamatok. A kutatás során kerestem néhány példát, amelyek megfelelnek a következő kritériumoknak: elérhetők a Google keresőn keresztül a “játékosítás” és “turizmus” kulcsszavakra, legalább két játékelemet használ és a turizmus iparhoz kapcsolódik (Feifei, 2014):

Az American Airlines légitársaság a mobilalkalmazásban vizuálisan tükrözi az aktuális kiemelt státusszal rendelkező személyek számára, hogy jelenleg milyen fokú a tagságuk. A játékosított elemek ebben az esetben a fejlődés mutató pontok (progress bar points) és a különböző fokozatok bevezetése (levels).

A Turkish Airlines országok zászlaját helyezte el QR-kód formájában 100 londoni buszmegállóra. Akik beolvassák ezen kódok valamelyikét, azok között a légitársaság ingyenes Ausztráliai utat sorsol ki. A cél az volt, hogy történjen minél több QR-kód általi bejelentkezés egy vagy akár több kijelölt helyen. Ebben az esetben a fellelhető játékosított elemek a fizikai jutalmak és a különböző virtuális jelvények voltak.

A Shopkick nevű alkalmazás alapjaiban már egy játékosított rendszer, ahol a mindennapi vásárlások után ajándékokat kaphatunk. Ez a rendszer igazából a játékosított megvalósítása annak, hogy a felhasználókat vásárlásra ösztönözze. Az itt használt játék elemek a következők: virtuális pénz, különböző jutalmak, tartalmak.

A Starwood hotellánc elindított egy Starwood Preferred Guest (SPG) programot. Ennek lényege, hogy minden egyes hoteljeikbe történő bejelentkezéskor a vendégek 250 bónusz pontot gyűjthettek és esélyesek voltak a Free Resort Night Award díj elnyerésére. Itt a pontrendszer és a feloldható virtuális kitéző volt a játékosított elem.

A Marriott hotel a MyMarriott nevű közösségi játékot találta ki, amelynek célja az új személyzet toborzása volt. A játékban a felhasználók megismerkedhettek a hotel fontosabb működési egységeivel. A felhasznált játékelemek itt a pontrendszer, szintek és virtuális javak voltak.

2.15 A játékosítás alkalmazásának hozadéka a turizmusban

A játékosított rendszerek alkalmazása során rájöttek, hogy ezek pozitív hatással bírnak a turisták bevonásának ösztönzésére. A játék tervezést kutatók az elkötelezettséget a játékelmény egyik dimenziójaként határozzák meg. Ez több más fogalommal is kapcsolatba hozható, mint például a lendület, motiváció, élvezet és elmélyülés. A játék élvezete és a játék folytatásának vágya, amikor a játékos késztetést érez a saját képességei folyamatos tesztelésére, játék függőséghez vezethet. A visszacsatolási folyamatok kritikus elemei egy játéknak, amelynek összetevői általában pontokból, szintekből és megszerzett jelvényekből tevődnek össze. Ezek együttese egy elköteleződési hurkot alkot, amely egyre jobban bevonja a játékost a játékmenetbe. A bevonás a játékban keltet különböző érzelmek alapján történik. Ezen érzelmek közé soroljuk például a reményt, félelmet, izgalmat és minden olyan egyéb érzelmet, amely cselekvésre és a játékba történő újra bekapcsolódásra készteti a játékost. (Zickerman és Cunningham, 2011)

Másik fontos előny a turisták élményeinek maximalizálása. A turizmus, mint élménygazdaság sokdimenziós és sokrétű élmény kínálattal rendelkezik. A turisztikai irodalom azonban nem fedi le a lényegileg interaktív motiváció, kihívás, fantázia, társasjáték és szórakozás lényeges dimenzióit. Ezek csakis a játék tervezési elemek és a játékosítási eszköztár használata során válthatók ki a fogyasztókból. (Kim, 2012)

A harmadik megfigyelt előny a turisták hűségének javítása. A hűségprogramok támogathatják a marketinghez kapcsolódó turisztikai célokat, mindezt a hozzáadott extra érték és a plusz elégedettség alapján. A kutatók viszont azt állítják, hogy a vásárlói hűség kialakításához dinamikusabb modellekre van szükség. A játékosítás új szintre emelheti az ügyfelek lojalitását, a rendszer és az ügyfél közötti interakciók fejlesztésével. A legismertebb játékosított rendszerek a törzsutas programok és a desztinációs törzsvásárlói kártyák. (Zickerman és Cunningham, 2011)

A negyedik származtatott előny a turisztikai márka ismertsége. Számos cég használ játékelemeket a márka ismertségének növelésére (pl: Pizza Hut, KFC, McDonald's, 7UP). A játékokat háromféleképpen szokták használni a reklám szakmában. Vannak vállalatok, akik egy teljesen új játék elkészítését szponzorálják, amelyek aztán a márkájuk irányába tereli a fogyasztót. Ilyen például az Írországi Nemzeti Idegenforgalmi Fejlesztési Hatóság által megrendelt "Ireland Town" vagy a Visit Norway által megrendelt "Holmenkollen Ski Jump" nevű reklámjáték. Ezenkívül vannak olyan esetek, amikor egy már kész játékba integrálják a márkákat, mint például, amikor egy játékban az üdítő automaták csak egyetlen márkát viselnek magukon. Ehhez hasonlóan filmekben szoktak felbukkani például az Apple termékek, amikor a filmben mindenki csak a tőlük származó elektronikai cikkeket használ. A harmadik módja a játékok integrálásának nem más, mint a fizikai helyszíni hirdetések, bannerek és egyéb média elemek elhelyezése játékokon vagy azok weboldalain. (Celtek, 2010)

A széles körben használt játékosítás magába foglalja a külső ösztönzők (pl: pontok, jelvények, ranglista, virtuális áruk, szintek) és a belső ösztönzőket (pl:interakció, kihívások, motiváció) egyaránt. A tapasztalatok szerint a belső elemek általában hatékonyabban a külsőknél. Jelenleg a játékosítással kapcsolatban korlátozott számú tudományos kutatás áll rendelkezésünkre, főleg a turizmusra fókuszálva. (Feifei, 2013)

2.16 Játékosítás a humánerőforrás menedzsmentben

Az elmúlt évtizedben a játékosítás nagy népszerűségnek örvendő téma. A játéktervezési elemek, például pontok, jelvények és ranglisták alkalmazása bevett gyakorlattá váltak az társadalom különböző szegmenseiben. Az évek során hatalmas mennyiségű kutatást végeztek annak érdekében, hogy keretrendszereket tervezzenek a játékosítás és a játéktervezési elemek számára. Az utóbbi időben jelentős figyelmet szenteltek a játéktervezési elemeknek az emberi erőforrás menedzsmentben (HRM) való alkalmazására és ennek hatásvizsgálatára. Számos tudós foglalkozik a játéktervezési elemeknek az alkalmazottak viselkedésére gyakorolt hatásaival, valamint a gamification megvalósításának módjaival az HRM-ben. (Rapp, 2019)

Korábbi kutatások kimutatták, hogy a játékosítás hatékony módja annak, hogy bevonja az alkalmazottakat és motiválja őket a munkával kapcsolatos készségek továbbfejlesztésére. A jelenlegi irodalom azt állítja, hogy a játéktervezési elemek hozzájárulhatnak ahhoz, hogy az alkalmazottak kihívásokban gazdagnak és érdekesebbnek ítéljék meg munkájukat. (Jabagi, 2019)

A játék elemeket használó rendszerek tervezése során szükséges figyelembe venni a szervezetek digitalizálásának egyre nagyobb mértékét a játékosítás motiváció, elkötelezettség és teljesítmény fokozása érdekében történő felhasználásának értékelése során. A mai munka világa már nem a tevékenységek egyszerű elvégzését követeli meg, hanem az innovatív gondolkodást és a tudás megosztását a szervezeten belül. Hasonlóképpen Shahri azt feltételezi, hogy a motiváció legújabb „digitális inkarnációja” növeli a nyomást és a stresszt a munkahelyen. Kutató társaival végzett kísérlet során azt találták, hogy a játéktervezési elemek magasabb digitális motivációhoz vezetnek (azaz „szoftver-alapú megoldások használatához az emberek bizonyos feladatokhoz, irányelvekhez és szabályozásokhoz való hozzáállásának és viselkedésének megváltoztatására, javítására vagy fenntartására”), ami magasabb munkahelyi jóléthez vezethet. (Shahri, 2019)

Ergle azt állítja, hogy a játékelemek elősegíthetik az innovatív, részvételen alapuló gondolkodást és cselekvést, valamint javíthatják a belső kommunikációt. A szerző egy játékosított alkalmazást mutat be, amely információkat tartalmaz belső projektekről, függőben lévő döntésekről és üzleti ötletekről. A cégtől érkező, az alkalmazáshoz kapcsolódó hírek lehetővé teszik az alkalmazottak számára, hogy megértsék a stratégiai döntések mögötti logikát. A szerző egy átfogó elemzésre építve megállapította, hogy ez a munkavállalói elkötelezettség és a munkamotiváció növekedéséhez vezet. (Ergle, 2015) Ezek a megállapítások összhangban vannak Kumar és Raghavendran (2015) munkájával, akik arra jutottak, hogy a versenyek alkalmazása a szervezetekben a szervezeti kultúra változásához (azaz a büszkeség érzéséhez) vezethet.

A játékosítás alkalmazása az értékesítés növelése érdekében megfigyelhető például Kananen és Akpinar tanulmányban. Ők azt állítják, hogy a játéktervezési elemek, például a pontrendszerek, jutalmak, ranglisták és jelvények (azaz közösségi hírcsatornák és profilok használata) megemelkedett motivációhoz vezetnek. (Kananen és Akpinar, 2015)

Woźniak a kutatása során arra a következtetésre jutott, hogy a szakemberek támogatják a gamifikáció bevezetését egy meglévő ösztönző rendszerben. Szerinte a halasztott jutalmak sokkal jobb ösztönzők egy jól megtervezett pontozási rendszerben, mint az azonnali pénzügyi

bónuszok. Az alkalmazottak ugyanúgy megkapják a bónuszt, de ennek elérését egy pontgyűjtő kihívás miatt sokkal nagyobb sikerként élik meg. (Woźniak, 2017)

Ezen túlmenően korábbi tanulmányok fontos betekintést adtak a játékosítás világába olyan szempontból, hogy miként segítik az Y generáció tagjait az előttük álló kihívások teljesítésében. A jelenlegi szakirodalom az releváns munka tapasztalatokat, a tanulási és fejlődési lehetőségeket, valamint a tanulási tevékenységekbe való bekapcsolódás lehetőségét a millenniumiak meghatározó elvárásaként határozza meg.

Ahogy Jain és Dutta rámutat, a milleniálisok alapvető vonásai a nagy magabiztosság, a csapatorientáltság és a teljesítményre való törekvés. A játéktervezési elemek a tanulási környezetekben a millenniumiak számára ismerős lehetőségként jelennek meg a tanulási folyamatokhoz való aktív hozzájárulásra. A szerzők azzal érvelnek, hogy a játékosított HR-eszközök lehetővé teszik a millenarisok számára, hogy részt vegyenek a vállalati döntésekben és folyamatokban, valamint egyénileg, kreatívan és intellektuálisan fejlődjenek. Arra a következtetésre jutott, hogy a gamifikáció a HR-gyakorlatok nagyobb elfogadásához vezethet, mivel a játéktervezési elemek, például a jelvények kielégítik a teljesítmény igényt és a technológia által vezérelt eszközök iránti vágyat a munkahelyen. (Jain és Dutta, 2019)

Sox és munkatársai azt állítják, hogy az önmegvalósítás iránti erős vágy és az átfogó visszacsatolás, valamint az a gyengeség, hogy nem tud figyelmesen és intenzíven foglalkozni a feladatokkal, kulcsfontosságú kihívást jelent majd a millenarisok munkahelyi elégedettségében. (Sox, 2014)

Trees egy olyan közösségi hálózati eszközt mutat be, amely lehetővé teszi a gyakori visszajelzést, a társas tanulást és a csapatmunkát a szervezetekben. A szerző a jelenlegi kutatási hozzájárulások és felmérési eredmények elemzése alapján megállapította, hogy a játékosított platformok segíthetik a millenniumiak beilleszkedését és elősegíthetik a tapasztalt alkalmazottak és fiatal kollégák közötti információáramlást. Trees emellett megjegyzi, hogy a közösségi hálózatok használata potenciális eszköz a millenniumiak elégedettségének és a vállalaton belüli valahova tartozás érzésének biztosítására, ezáltal növelve a megtartási arányt. A szerző azonban azt állítja, hogy az idősebb kollégák szkeptikusak voltak az eszközzel szemben, mivel a munkahelyi közösségi platform jelenléte elvonhatja a munkavállalók figyelmét a munkájukról. (Trees, 2015)

Jorge és Sutton szerzőpáros Csikszentmihályi (2014) áramlás elméletére támaszkodva a munkahely szórakoztatóbbá tételének fontosságát hangsúlyozzák. Azzal érvelnek, hogy a játékosítás ígéretes lehetőséget kínál a viselkedés megváltoztatására a szervezeti stratégiák és célok tekintetében, valamint az elköteleződés és a tanulási környezetben való megtartás növelésére azáltal, hogy elősegíti az áramlásban való részvétel érzését. (Jorge és Sutton, 2016)

Miller és munkatársai szintén hangsúlyozzák, hogy a játékosított képzés növeli az alkalmazottak lojalitását és az ügyfelek elégedettségét, mivel nagyban javítja a képzés hatékonyságát. A szerzők egy játékosítást tartalmazó szoftvereszközt mutatnak be, amely olyan játéktervezési elemeket tartalmaz, mint a szintek, pontok, ranglisták, csapatmunka és jutalmak. (Miller, 2018) Sőt, a motivációs tervezés ARCS (figyelem, relevancia, bizalom és elégedettség) modelljére támaszkodva Stadnicka és Deif azt sugallják, hogy a játékosított tréningeknek nem csak tudásteremtést kell tartalmazniuk, hanem növelniük kell a motivációt is bizonyos témákkal való foglalkozásra. (Stadnicka és Deif, 2019) Ennek megfelelően Adams és Makramalla az avatárok használatát tárgyalja, amelyek lehetővé teszik az IT területén kívüli részlegek

alkalmazottai számára, hogy egy hacker szemével lássák a kibertámadást. A játékosított képzéseken történő alkalmazásával a szerzők azt javasolják, hogy a vállalat minden területéről a munkavállalók fokozottabban tájékozódjanak a kiberbiztonságról. (Adams és Makramalla, 2015)

A legújabb szakirodalom a játékosítás értékelési központokban való alkalmazásával és a tehetségazonosítással foglalkozik. Georgiou és munkatársai konkrétan arról számolnak be, hogy a játék tervezés eszköztárának elemei segíthetnek azonosítani az alkalmazottak puha készségeit, és csökkenthetik a rossz felvételek költségeit. A szerzők azzal érvelnek, hogy az avatárok, a történetmesélés, a jutalmak és a folyamatjelző sávok megválasztása támogató intézkedés lehet a puha készségek azonosításához. (Georgiou, 2019)

Chamorro-Premuzic és munkatársai megerősítik a lehetőséget, hogy játéktervezési elemeket alkalmazzanak a tehetségek azonosítására. A kognitív készségeket és a videojátékokban történő nyereshez szükséges mentális folyamatokat vizsgáló korábbi tanulmányok alapján arra a következtetésre jutottak, hogy azok az egyének, akik szeretnek online játékokkal és szerepjátékokkal játszani, fokozott koordinációs és vezetői készségekkel rendelkeznek, amelyeket az alkalmazottak a mindennapi munkájuk során hasznosítanak. (Chamorro-Premuzic, 2017) A legújabb tanulmányok szerint az olyan játéktervezési elemek, mint a pontok, jelvények és a tudásmegosztásért járó potenciális jutalmak hasznos eszközök a tudásmegosztás és a kooperatív magatartás minőségének javítására, amikor a vállalati kultúrát a visszacsatolás és a nyitottság jellemzi. (Tsourma, 2019)

Jóllehet a kvantitatív megközelítések előnye a játéktervezési elemek HRM-ben való felhasználásának értékelésére jól dokumentált, a szakterületre specializált tudósok közül csak hét végzett empirikus kutatást a játékosítás tényleges hatásainak mérésére az HRM-ben. Mindazonáltal, ha közelebbről megvizsgáljuk a játékosítás HRM-ben gyakorolt hatásaira vonatkozó, indikátorokon alapuló megállapításokat, a jelenlegi áttekintés érdekes mintákat tár fel. Az irodalomban megjelent egyes jelentésekkel ellentétben ez az áttekintés meggyőző bizonyítékot szolgáltat amellelt, hogy az ilyen rendszerben résztvevők esetében pozitív változásokat véltek felfedezni a hozzáállásukban és motivációjukban egyaránt. (Sailer és Homner, 2020)

4. ANYAG ÉS MÓDSZER

A dolgozat gyakorlati része két részből tevődik össze: a játékosítás gyakorlatban történő alkalmazása szekunder kutatásból és a szerencsejátékok iránti függőségek vizsgálata primer adatok alapján.

A játékosítás gyakorlati hasznosságának vizsgálata során a Nike, OTP Bank, Waze és Kahoot nagyvállalatoknál bevezetett új módszerek hatásait elemezzük. Az elemzés során szekunder adatokból dolgoztam, amelyek jelentős része a Finance Charts nevű (www.financecharts.com) oldalról, a Kahoot saját weboldaláról (www.kahoot.com/investor) és a www.expandedramblings.com weboldalról származnak. Az elemzés során profithányad, ROE, ROA és árbevétel mutatókat vizsgáltam meg játékosítás előtt és után. Ezzel egyidőben a összehasonlítottam a konkurencia ezen mutatóival.

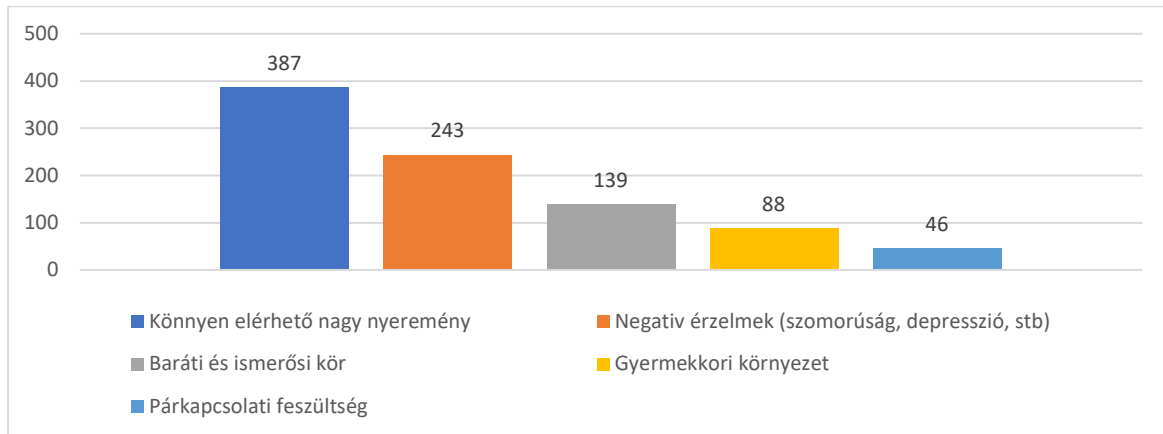
A négy nagyvállalat vizsgálata mellett 8 vállalatnál bevezetett, előbbiekénél kisebb hatással rendelkező, üzleti életben történő játékosítás alkalmazását és annak hatásait is megvizsgáltam. Itt is szintén szekunder adatokból dolgoztam, nagyrészt a vállalatok jelentései és saját weboldalaikon található információk alapján.

Azért döntöttem a primer kutatás mellett, mert véleményem szerint az a legbiztosabb, ha valaki saját adatokkal dolgozik. A kérdőíves kutatás online felületen történt a „Google Űrlapok” használatával. A célközönséghez való eljuttatást a legnagyobb közösségi platformon keresztül valósítottam meg.

A primer kérdőíves kutatásom fő hipotézise az, hogy az eltérő társadalmi helyzettel rendelkező egyének eltérő módon viszonyulnak a szerencsejátékokhoz. Ebből kiindulva feltételezhető, hogy az egyén a teljes függetlenségtől a kóros függőségig terjedő skálán való helyzetének kialakulása számos tényező együttes eredménye. Ilyen tényezők lehetnek például: anyagi helyzet, családi állapot, önállóság, személyes szociális háló, iskolai végzettség.

A feldolgozás pillanatáig 501 kitöltés érkezett, amelyek között 1 darab adatsor volt ellentmondásos vagy irreleváns. Így tehát az elemzéseket 500 kitöltésre végeztem el. A kérdőívet a kolozsvári magyar egyetemisták csoportjában, a csíkszeredai egyetemisták csoportjában és a saját falamon osztottam meg a legnagyobb közösségi platformon. A kitöltési időszak 2022. február 2. és 2022. március 2. között volt. A feldolgozáshoz az IBM SPSS Statistics nevű programot használtam. A kitöltésekből származó adathalmazban a kutatás számára előnyös arányban képviselve mindkét célcsoport (52% jelenleg felsőoktatásban tanul, 48% pedig már végzett vagy nem is vett részt a felsőoktatásban). Ennek köszönhetően képesek leszünk elemezni összességében a teljes adathalmazt és egymással is szembeállítani a két nagy csoportra kapott eredményeket.

A kérdőív felépítése úgy lett kitalálva, hogy csak azok a kitöltők számára nyíltak meg a játék szokásokkal kapcsolatos kérdések, akik már életükben játszottak bármilyen videojátékkal. Számszerűleg ez 416 választ jelent. Az alábbi ábrán látható, hogy ezen kitöltők szerint az öt leggyakoribb ok a függőség kialakulására az anyagi helyzethez, társasághoz és családi környezethez kapcsolható. A kutatás során nem volt különbség téve a pillanatnyi és hosszútávú állapotok között, mint például a szomorúság és depresszió. Minden kritériumoknak megfelelő kitöltő számára lehetőség volt több válasz megjelölésére is.



2. ábra: A szerencsejáték-függőség kialakulását befolyásoló tényezők (saját szerkesztés)

Továbbá érdemes megvizsgálni, hogy ezen tényezők aránya miként változik, hogyha az egyén már vett észre saját magán függőségi jeleket, vagy csak ismert olyan embert, aki valamilyen szerencsejáték függőjévé vált. Az adatok ebből a szempontból történő elemzése során az figyelhető meg, hogy aki saját magán nem vette észre függőség jelét, az hajlamosabb azt feltételezni, hogy az embereket a pénz iránti vágy hajtja az esetek többségében. A 22%-os eltérés valószínűleg annak a következménye, hogy aki már saját magán detektálta a függőség jeleit, az megtapasztalta, hogy nem minden esetben a pénz volt a meghatározó kiváltó ok. Számos olyan esetet tapasztalhatunk mindennapjainkban, amikor az emberek valami egyéb ok miatt játékfüggővé válnak.

Hoekstra és Katz 2021-ben publikált kutatásukban többek között a gyermekkori traumák és azok felnőtt korban kialakuló következményeit tárgyalják. A fejlődésük során traumákat megélő gyermekek körében gyakoriak a mentális egészséggel kapcsolatos problémák, szerhasználati késztetések és kapcsolati nehézségek. Ezek negatív terheit általában serdülő- és felnőtt korban is magukkal cipelik. A gyermekkori traumát elszenvedő gyermekek családjában nagyobb valószínűséggel rendelkeznek egy teljes családi trauma történettel. Az ezek miatt kialakult leggyakoribb negatív érzelmek közé tartozik a belső szégyen és az értéktelenség érzete. (Hoekstra, 2021) Az általam végzett kutatás eredményei azt mutatják, hogy akik saját magukon tapasztaltak függőség jeleket vagy ismerősük függő volt, arányaiban kevés ember jelölte meg a negatív érzelmeket, a párkapcsolatot és a gyermekkori környezetet, mint kiváltó ok. Ez valószínűleg oda vezethető vissza, hogy saját maga esetében szégyenként éli meg vagy ismerős esetében empatikusan torzítja az igazságot.

A kérdőívben megtalálható egy kérdés arra vonatkozólag, hogy valaki érzett-e konkrétan szerencsejáték iránti késztetést. Az „igen” választ jelölő alanyok által megjelölt kiváltó okokról megfigyelhető, hogy arányaikat tekintve szinkronban vannak a másik két vizsgált kategória adataival. Nem meglepő, hogy a nagy nyereség lehetősége magasan vezet, hiszen ez a szerencsejátékok egyik legnagyobb kecsegtető ereje. A kutatási adatokat vizsgálva megállapíthatjuk, hogy a játékfüggőség és a szerencsejáték-függőség hasonló jellemzőkkel rendelkezik.

5. JÁTÉKOSÍTÁS A GYAKORLATBAN

3.1 A Nike+ esete

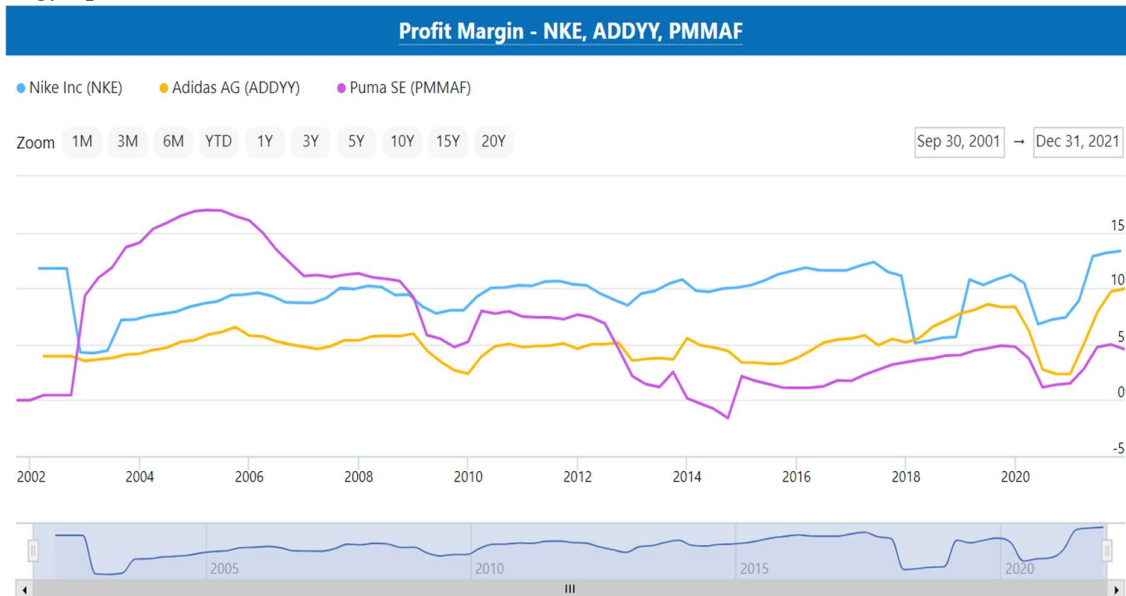
A Nike+ (mai nevén: Nike Run Club) egy játékosított mechanikát használó futó alkalmazás. 2007-ben indították útjára, és jelenleg világszerte körülbelül száz millió feletti felhasználó bázissal rendelkezik. A Nike+ lehetővé teszi az emberek számára, hogy a világ bármely tájáról nyomon kövessék egymás tevékenységét, megoszthassák saját eredményeik és kihívásokat teljesítve ranglistákon szerezzenek helyezéseket. Ezáltal a magányos futások egy izgalmas és kihívásokkal teli tevékenységgé alakul át. A kitűzött célok teljesítése által a sportoló egyén trófeákat és jelvényeket is szerezhet. Emellett a célok elérésével vagy a kihívások teljesítésével a játékbeli profilja is fejlődik, azaz szintekre léphet. Például az emberek Halloweenkor történő futás során megkapszerezhették a Jack O Lantern-jelvényt, vagy megszerezhetik a Platinum High Mile Trophy-t, ha egy hónap alatt több mint száz mérföldes távot teljesítenek. Néha a kihívások teljesítése során a játékosok előre meg nem határozott meglepetés nyereményekre is szert tehetnek. Ezek közé tartoznak a híres sportolók és más motiváló emberek dicsérő videói. (Boyhun, 2015)

Alkalmazásában a Nike a következő, játékokban megfigyelhető, alapelveket és mechanikákat alkalmazza (<https://strivecloud.io>, 2021):

- **Felhasználók megtartása a közösség erejére építve:** A Nike Run Club elősegíti a közösségi érzést, amely kielégíti az emberi szocializáció iránti igényt. Így ösztönzik a felhasználókat az interakcióra, és motiválják egymást. A kutatások megerősítik, hogy ez hosszú távú mobilalkalmazás-elköteleződéshez vezet. A felhasználóknak nemcsak közösségi hírcsatornájuk van az interakcióhoz, hanem rengeteg lehetőség van arra is, hogy barátaikkal összefogva csoportosan sportoljanak.
- **Közösségi időzített kihívások:** Az időzített kihívások nagyszerű példái a játékosításnak, amikor a felhasználói részvétel kiváltásáról van szó. A határidők meghatározása sügetés érzését kelti, és arra ösztönzi a felhasználókat, hogy mihamarabb cselekedjenek, mielőtt túl késő lenne. A tanulmányok azt mutatják, hogy a határidő megadása nagyban segíti a cél elérését. Ezt a jelenséget szakmai nyelv *fear of missing out -FOMO-* néven jellemzi, amelynek magyarrá fordított változata a kimaradástól való félelem. Az éllovas játékosok teljesítményének növelése érdekében a Nike Run Club applikációban különböző díjakat kínálnak meghatározott helyezést elérő egyének számára, mint például ingyenes utazást a Nike főhadiszállására.
- **Az előrehaladás jutalmazása az alkalmazás iránti elköteleződés biztosítása érdekében:** az előrehaladást akár pénzbeli jutalmakkal is lehet honorálni, de az alkalmazás tervezői sokkal olcsóbb megoldásra bukkantak a digitális konfettik által. Az azonnali visszajelzés hatékony motivációs eszköznek bizonyult, amelynek hatásfokát javítja a beágyazott gyors megosztás. A Nike Run Club felhasználói rendszeresen lehetőséget kapnak arra, hogy megosszák előrehaladásukat és eredményeiket. Ezt „megtartó horognak” hívják. Tanulmányok alátámasztják ezt, és kijelentik, hogy a mobilalkalmazások pozitív megerősítése cselekvéseket és szokások kialakulását válthatja ki.

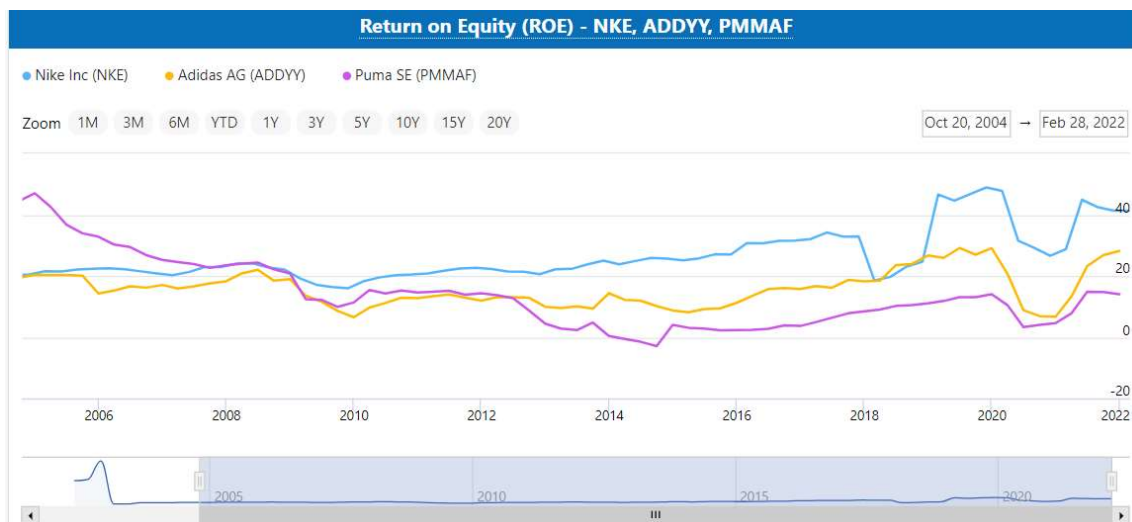
- **Ranglisták általi versenyéret megteremtése:** A Nike Run Club ranglistája arra ösztönzi a felhasználókat, hogy kihívást alkossanak barátaiknak és családtagjaiknak. Az alkalmazással kapcsolatos közelmúltbeli tanulmány megállapította, hogy a versengés mechanizmusa lehetővé teszi az interakciót. A közösség közvetlensége pedig motiválja a futási szándékot, a „bizalom és kapcsolat növelését”. Ez egy beépített pozitív visszacsatolási hurok.
- **Személyre szabási lehetőségek:** A személyre szabás autonómiát biztosít a felhasználóknak, és a kutatások szerint ez nagyobb mobilalkalmazás-elköteleződést eredményez. Például az alkalmazás edzéstervei a futók erősségeihez vannak szabva, és a fejlődésükkel együtt változnak. Ez mindig elég kihívást jelent ahhoz, hogy továbbra is érdekes legyen, de ne túl nehéz ahhoz, hogy a felhasználók elveszítsék a motivációjukat. Ráadásul a Spotify és az Apple Music integrációja lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy saját zenéjüket hallgathassák edzés közben, és még azt is beállíthatja, hogy milyen időjárási körülmények között szeretne edzeni. A következő funkciók testesítik meg a mobilalkalmazások hosszú távú elköteleződésének mozgatórugóit: hasznosság, könnyű használat használat és összességében kielégítő tapasztalat.

Hogyha a számokat nézzük, akkor a profithányad tekintetében a Nike tartós fölényben van két nagy riválisával, a Puma és az Adidas vállalatokkal, szemben. Nem biztos, hogy ennek a játékosított alkalmazásnak köszönhető mindez, viszont az megfigyelhető, hogy 2010 után gyűrte le versenytársait ezen a téren, amely egybeesik az alkalmazás népszerűségének nagyléptékű növekedésével.



3. ábra: A Nike, Adidas és Puma profithányadának változása
(forrás: <https://www.financecharts.com/compare/NKE,ADDYY,PMMAF/growth>)

A profithányad mellett 2010 után az is megfigyelhető, hogy ROE mutató tekintetében is sokkal jobb értékkel bír az előbb említett két nagy versenytárhoz képest.



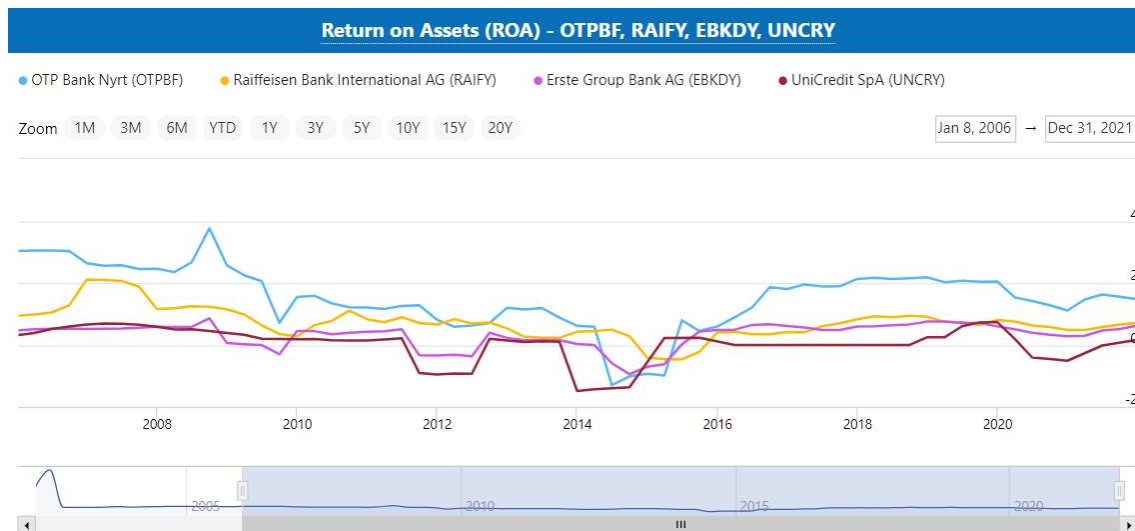
4. ábra: A Nike, Adidas és Puma ROE mutatójának változása
(forrás: <https://www.financecharts.com/compare/NKE,ADDYY,PMMAF/growth>)

3.2 Az OTP Simple esete

Ha a játékosítás képes rávenni az embereket házimunkák és feladataik elvégzésére, akkor adott a nyílt kérdés, miszerint hasonlóképpen befolyásolhatja költési és megtakarítási magatartásukat? A Simple egy játékosított stratégiát alkalmaz, melynek célja, hogy segítsen az embereknek jobban megérteni személyes pénzügyeiket, és bővíteni az egyének pénzügyi ismereteit.

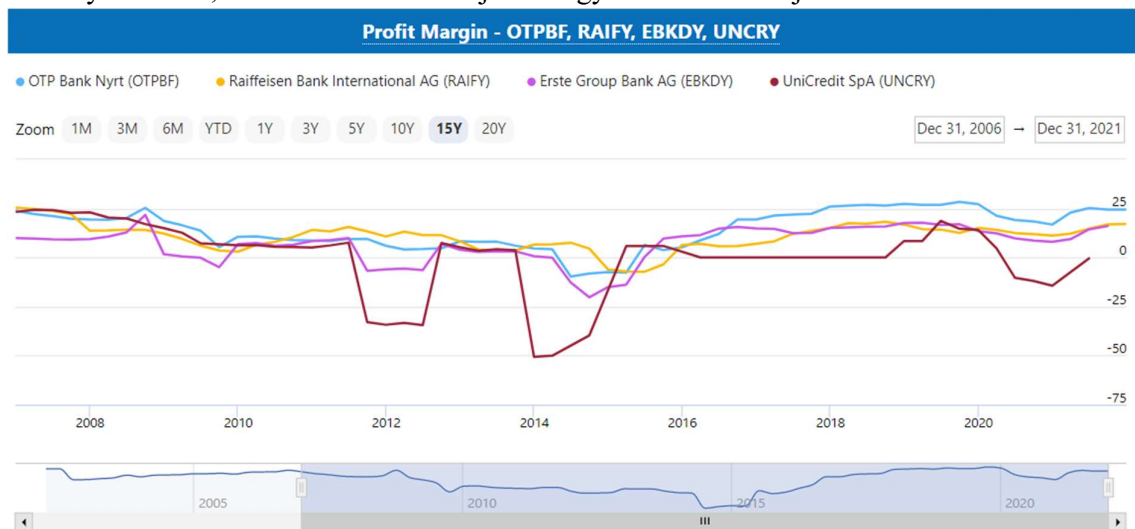
A felhasználók letölthetik a mobil alkalmazást iOS és Android platformra. Ahelyett, hogy a számláján rendelkezésre álló pénzmennyiséget jelenítené meg, a Simple bank alkalmazás a felhasználó tényleges egyenlegét, figyelembe véve és levonva az olyan ismétlődő számlákat, mint a bérleti díj, jelzáloghitel, rezszi stb. Ezenkívül az alkalmazás segítségével előre megtervezhetjük a vásárlásokat és személyes megtakarítási terveket alakíthatunk ki. Egy adott összeg megtakarítása ebben az esetben egy játékos cél lesz. Ez hasznos funkció lehet, amikor valamire szeretnénk előre meghatározott összeget spórolni. Az alkalmazás felhasználóinak tapasztalata szerint az összes megtakarítás célon keresztüli futtatása megváltoztathatja a megtakarításhoz való hozzáállását, és a megtakarítást előrelátó örömmel tekinthetik, nem pedig önmaguktól megtagadott javaknak. Míg a Simple egy nagyon könnyű játék, egyszerű célokkal és szabályokkal, más játékelemek, például pontok vagy szintek nélkül, minden bizonnyal megvan benne a lehetőség a sokunk által tapasztalt túlköltekezési probléma megoldására. (Kim, 2015)

Magyarországon a Simple alkalmazás 2014 óta elérhető az OTP Bank révén. (<http://simple.hu>, 2022) Ahogy a Nike esetében is, valószínűleg itt sem ez az egyetlen oka a sikernek. Viszont megfigyelhető, hogy a néhány versenytársához képest az OTP Bank jelentős javulást ért el a 2014 utáni időszakban, amelyben biztosan szerepe van a Simple alkalmazás piacra dobásának is. Vegyük például ROA mutatót. Az ábrán megfigyelhető, hogy az OTP Bank 2014 után (Simple bevezetését követően) jobb jövedelmezőséget ért el mint a vizsgált versenytársai.



5. ábra: OTP, Raiffeisen, Erste és Unicredit ROA mutatója
(forrás: <https://www.financecharts.com/compare/OTPBF,RAIFY,EBKDY,UNCRY/growth>)

A profithányad is hasonló tendenciát mutat: 2014-ig nagyjából együtt mozog a versenytársakkal, de 2015-öt követően jóval nagyobb ütemben fejlődik.



6. ábra: OTP, Raiffeisen, Erste és Unicredit profithányadai
(forrás: <https://www.financecharts.com/compare/OTPBF,RAIFY,EBKDY,UNCRY/growth>)

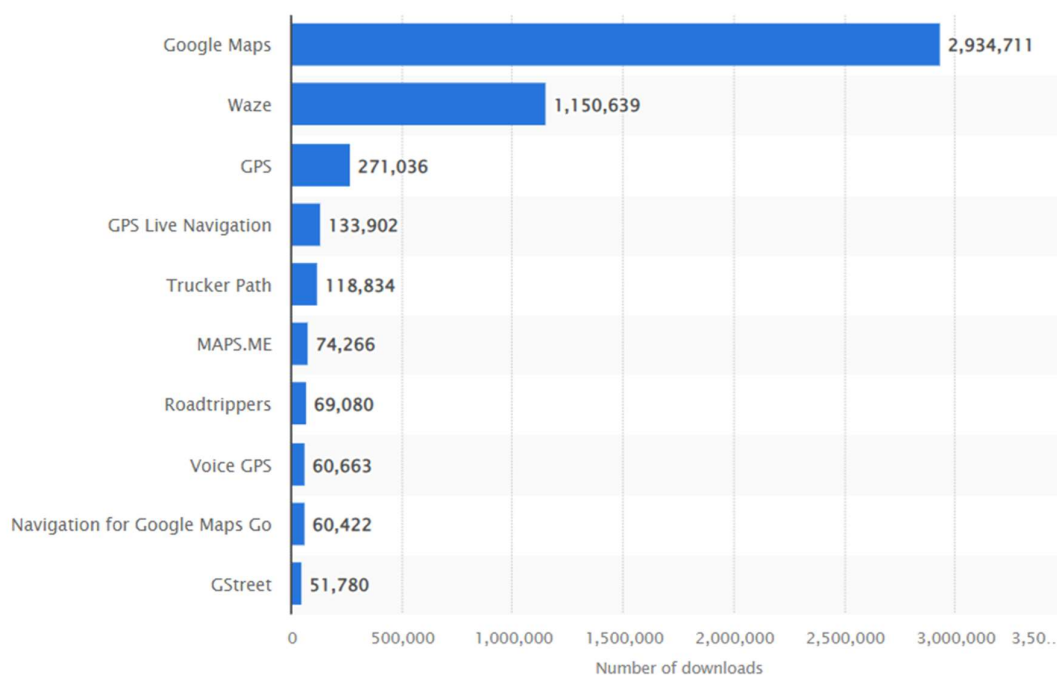
3.3 A Waze esete

A Waze egy hétköznapi tevékenységet játékosít, amely nem más, mint a vezetés. Mindezt egy játékosított elemeket használó navigációs alkalmazás keretén belül. Nemcsak útbaigazítást ad, hanem megtekintheti a többi felhasználó által hagyott tippeket is, például nagy forgalom, ködös időjárás, baleset vagy útépítés. A Waze a térképen minden felhasználót különböző vizuális kabalákkal, pontjaikkal és rangjaikkal együtt jelenít meg. A Waze-felhasználók cseveghetnek vagy üzeneteket hagyhatnak egymásnak. Ez utazásra ösztönzi őket és arra, hogy több vezetési tippet osszanak meg a közösség tagjaival. Izgalmas és szórakoztató lehet, ha előre tájékoztatnak az úton felmerülő problémákról. Idő- és költséghatékony lehet egy-

egy más felhasználótól kapott útlezárásról vagy egyéb akadályozó tényezőkről kapott tipp. Ilyenkor időben reagálni tudunk erre és módosíthatjuk az útvonalat.

A teljes értékű játékokkal ellentétben azonban a Waze nagyon korlátozott számú művelet végrehajtását teszi lehetővé: útvonaltervezés, vezetési tippek hozzáadása a térképhez és kommunikáció más felhasználókkal. Ezek mind szorosan összefüggnek azzal a valós szükséglettel és céllal, hogy a lehető leggyorsabban eljuthassunk helyekre, elkerülve a potenciálisan zavaró tényezőket. Egy Waze-felhasználó vezetni fog, akár játszik a Waze-zel, akár nem. A Waze azonban egy kis mókát ad a vezetéshez, és segít gyorsabb útvonalat választani az úticélhoz. (Kim, 2015)

Napjainkban havi szinten körülbelül 140 millió aktív felhasználóval rendelkezik. (<https://expandedramblings.com>, 2022) Egy 2020-es évre vonatkozó kimutatás szerint az Egyesült Államokban a letöltések alapján a második legnépszerűbb navigációs alkalmazás volt.



7. ábra: Navigációs rendszerek népszerűségi szintjei az Egyesült államokban 2020-ban
(forrás: <https://expandedramblings.com/index.php/waze-statistics-facts/>)

3.4 A Kahoot esete

A tanulói motivációt növelő újszerű tanulási élményt olyan tanulási környezetben lehet létrehozni, amely magában foglalja a versengést. A motiváció a tanulók sikeréhez vezető fontos elem a legtöbb tanulási tervben, beleértve a játékosítást is. Így hatékonyabb tanulási folyamat érhető el, ha a tanulási teret a motiváció elemét figyelembe vevő, játékos tervezésekkel egészítik ki. Azt a tényt, hogy a motiváció hagyományos módszerei már nem érvényesek, a megjelent pszichológiai írások és önszegtő könyvek, valamint kutatási tanulmányok igazolták. (Simoes, 2013)

A játékok azért sikeresek, mert a szociális, kognitív és érzelmi eredményekre összpontosítva bátorítják a felhasználókat. A nehézségek növekedése kognitív erőfeszítést,

fokozott készségeket és a felhasználók részvételének fokozását követeli meg. A szórakoztató, megnyerő és kifizetődő támogató kísérleteket érdemes beépíteni a tanulásba, különösen az Y generáció számára. A játékmód egyre vonzóbbá válik ezekben a korcsoportokban. A tanulói elégedettség kutatásának eredményei azt mutatták, hogy a diákok szerettek a Kahoot-tal játszani, és könnyen kezelhetőnek találták. (Bosworth, 2012)

A Kahoot egy játék alapú pedagógiát alkalmazó oktatási szoftver, amely lehetőséget ad online kérdőívek, megbeszélések vagy vizsgák készítésére, valamint lehetőséget biztosít a hallgatóknak a kutatási témákban való együttműködésre. Az ingyenes online tanulási platform világszerte több mint 30 millió felhasználóval rendelkezik. A „Kahoot használata! A Classroom to Create Engagement and Active Learning” 2017-es cikkben publikált adatokból kimutatták, hogy az egyetemisták és a posztgraduális hallgatók elégedettek voltak a játék elemek használatával a Kahootban. (Plump, 2017)

A Kahoot egy könnyen használható program, amely angol nyelvű felülettel kvízek készítésére használható. A program ingyenes és egyszerűen kezelhető. A Kahoot alkalmazásba egy egyszerű regisztráció után máris a felhasználók elé tárul az addigi elkészített kvízek tárháza. Minden tanuló bejelentkezéskor határozza meg a saját becenevét. Azon tanulók, akiknek a beceneve szerepel egy ranglistán, fokozottabb motivációt jelent számukra, ami aktívabb részvételhez vezet. További előny, hogy a diákok az alkalmazás letöltése nélkül is bejelentkezhetnek. A Kahoot egy olyan program, amelybe különféle médiákat, például videókat lehet integrálni. Az osztálytermi vita környezet könnyen kialakítható a tanulók számára, ha vizuális médiát mutatunk be zenével, hanggal és fényképekkel kísérve. A többi programhoz hasonlóan azonban a Kahootnak is vannak korlátai. Például a Wi-Fi-hez való hozzáférés követelmény, kommunikációs hézagokat okozhat az osztálytermi tevékenységek során. (Bicen, 2018)

Úgy tűnik, hogy a játékosított kvíz platforma való befektetés megtérülni bizonyul. Az elmúlt 3 és fél év bevételei és azok tendenciája biztató a Kahoot részvénytulajdonosok számára. Emellett az utóbbi 3 évben az EBITDA is szépen fejlődő tendenciát mutat.

	2018	2019	2020	2021
Árbevétel	1941000	8464000	31034000	91265000
EBITDA		-77,90%	7,50%	16,60%

2. táblázat: Kahoot árbevétele és EBITDA mutatója 2018 – 2021 között
(forrás: <https://kahoot.com/investor/>)

3.5 Egyéb játékosítási esetek

2012-ben a San Diego Gas and Electric (SDG&E) egy játékosított energiatakarékosági kampányt kivitelezett. Három hónapon keresztül megközelítőleg kétszázán játszottak közösségi játékkalkalmazással, amely otthoni vezérlő készülékkel integrálva adott valós idejű információkat minde lakásban az energiamegtakarításról. Azok, akik részt vettek ezen az energiatakarékosági versenyen, versenyeztek egymással, és energiamegtakarítás növelésével pontokat és jelvényeket szereztek. Az eredmény meglehetősen sikeres volt. Az SDG&E Legnagyobb Energiatakarékosági Versenyének győztese 46,5 százalékos energiamegtakarítást

ért el. Ez 1356 kilowattóra megtakarítását jelentette, amelyet egy háromtagú családnak sikerült elérni. Ugyanazt az alkalmazást használó és a versenyben résztvevő családok átlagosan 20 százalékos megtakarítást értek el. Ezzel egyidőben, akik nem voltak résztvevők, azok csupán átlagosan 9 százalékkal sikerült csökkentsék havi fogyasztásukat. (Boyhun, 2015)

A Zombies, Run egy mobil szaladásra motiváló alkalmazás, amely hősként állít be egy zombiapokalipszis közepén. Arra kér, hogy bizonyos sebességgel és intenzitással fuss, hogy túlélj a zombi támadásokat, elkerüld a zombi hordákat, és gyűjts készleteket az útvonalon. Futás közben az alkalmazás egyre több részletet mesél el a zombiapokalipszis történetéről, amely a futóedzés háttérévé válik. Amikor a Zombie Chase mód be van kapcsolva, a felhasználóknak alapvetően intervallum edzést kell végezniük. Amikor befejezted a futást, és hazaértél, leadhatod az összegyűjtött készleteket bizonyos bázisokra, hogy azok növekedhessenek és terjeszkedhessenek, így több zombival tudják felvenni a harcot. Ezzel más futó küldetésekhez és kalandokhoz is hozzáférhet a felhasználó. A felhasználók megtekinthetik a futási sebességükről és a megtett távolságról szóló jelentést, és megoszthatják azt barátaikkal a közösségi médiában. A Zombies, Run 2021-es adatok szerint átlagosan havi 300 000 aktív felhasználó bázissal rendelkezik, amelyből 50 000 előfizet az extra szolgáltatásokért. Átlagosan egy előfizető felhasználó 25 angol fontnyi (~33 amerikai dollár) pénzt költ el évente az alkalmazásban. 2021-ben az OliveX vállalat felvásárolta az alkalmazást összesen 9,5 millió amerikai dollárért, amelynek kifizetését két részletben fogja kivitelezni. (Handrahan, 2021)

Az egyik nagy tanácsadó cég, a Deloitte, kifejlesztett egy gamified online képzési programot Deloitte Leadership Academy néven. Ennek a képzési programnak a játékosítása 37 százalékos növekedést eredményezett az oldalra hetente visszatérő felhasználók számában, ugyanakkor nőtt a programra fordított idő és a befejezett programok száma is. (Meister, 2013)

Az IBM létrehozta az INNOV8 nevű, első személyű 3D interaktív szimulációs játékot, amely lehetővé teszi a játékosok számára, hogy egy fiktív cég, az After Inc. vezetésével gyakorolják üzleti döntések meghozatalát. Ezt a játékot számos iskola használják üzleti és informatikai programokban, köztük a Dél-Kaliforniai Egyetemen, a Marshall School of. Üzleti. Az INNOV8 megtanítja az üzleti folyamatok kezelésének összetett gondolatát és olyan készségeket, mint az üzleti problémamegoldás, a prioritások meghatározása és a konszenzusteremtés általa, hogy segíti a játékosokat olyan döntések meghozatalában, amelyek hatással vannak egy fiktív vállalatra. (Kim, 2015)

A Stack Overflow, a programozók népszerű kérdés-felelet fóruma, olyan játék elemeket használ, mint a pontok, jelvények és kiváltságok. A Stack Overflow felhasználók pontokat és jelvényeket szerezhetnek a fórumon való aktív részvétellel, kérdések megválaszolásával és más felhasználók szavazatainak megszerzésével. A jogosultságok közvetlenül a hírnév pontokhoz vannak kötve, így a felhasználóknak meg kell szerezniük kiváltságaikat, például szavazatukkal értékelni kell egy választ, címkét kell megalkossanak vagy csevegő szobát kell létrehozniuk. (<http://stackoverflow.com>, 2022)

A Pierce County Public Library „Scout” néven online játékot biztosít felnőttek számára. A Scout felkéri a könyvtár látogatóit, hogy fedezzék fel a könyvtárat, végezzenek különféle tevékenységeket, szerezzenek kitűzőket, kvalifikálják magukat a díjakra, és megosszák tapasztalataikat. A kitűzők a nyeremények típusának megfelelő négy kategória valamelyikébe tartoznak: étel, barkács, helyi és könyv. A résztvevők a Scout honlapján regisztrálnak, és ellenőrizhetik állapotukat a ranglistán. A Scout fórumot is biztosít, ahol a résztvevők kérdéseket

tehetnek fel egymásnak a jelvényekről és a kihívásokról. 2014 szeptemberéig 1693 ember vett részt és 28 381 tevékenységet végzett, ezáltal 187 003 pontot és 3 965 jelvényt szerzett. (Kim, 2015)

A Codecademy, egy online tanulási webhely, amely ingyenes számítógépes programozási órákat kínál több különböző programozási nyelven. Nagy figyelmet keltett a CodeYear program 2012-es bevezetésével. A CodeYear célja az volt, hogy egész évben arra ösztönözze az embereket, hogy tanuljanak meg kódolni. Azok, akik feliratkoztak a CodeYear programra, pontokat, jelvényeket és trófeákat szerezhettek, ahogy folyamatosan haladtak és sikeresen befejezték a tanfolyamokat a választott pályán. A Codecademy minden héten új kurzusokat adott ki, hogy motiváltan tartsa a tanulókat és ösztönözze őket a tanulás folytatására. A Wikipédia Codecademy-ről szóló cikke szerint 2012-ben több mint 450 000 ember vett részt tanfolyamokon, 2014 januárjában pedig több mint 24 millió felhasználó végzett több mint 100 millió gyakorlatot a Codecademy-ben. (Kim, 2015)

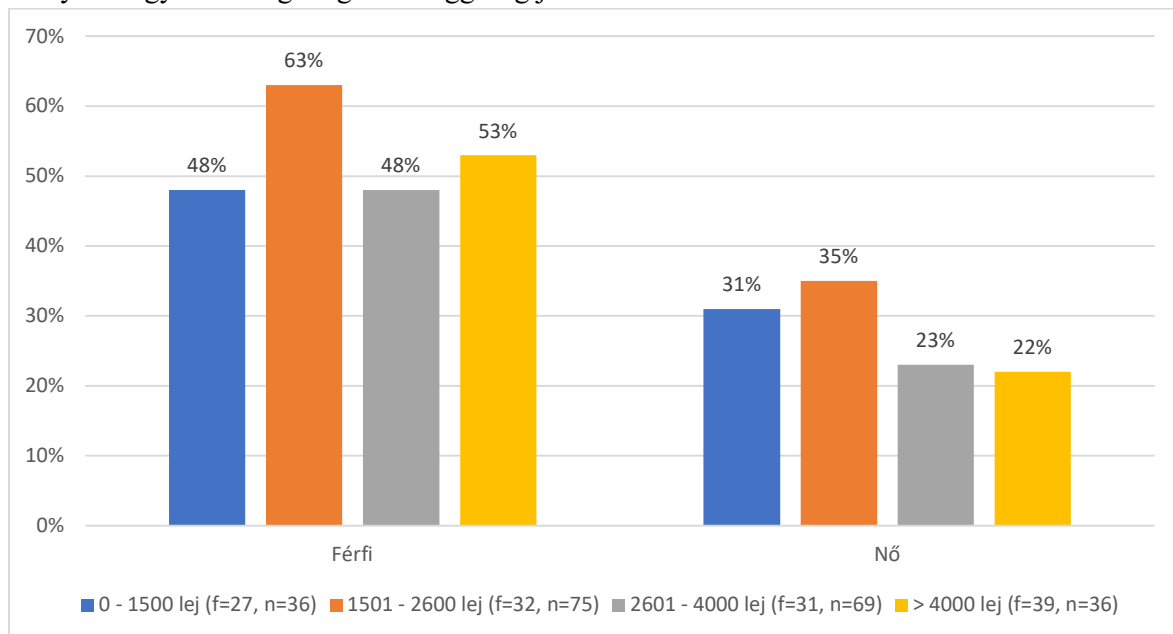
A Sebességmérős Lottógép a megengedett sebességen belül és a sebesség felett közlekedőket fotózza. A törvénytisztelő állampolgárok automatikusan részt vesznek a sorsoláson, míg a törvényt megszegőket idézik. A legjobb az egészben az, hogy a lottónyertesek pénzjutalmát a törvénysértők által fizetett pénzbírságból finanszírozzák. A Fun Theory honlapján található videó arról számol be, hogy a háromnapos próbaidőszak alatt 24 857 autó ment át a Speed Camera Lottó automatán. Az átlagos menetsebesség 32 kilométer/óráról 25 kilométer/óra csökkent, ami 22 százalékos jó irányú változás. (Kim, 2015)

6. KÉRDŐÍV ELEMZÉS

4.2 A szerencsejáték-függőség és az anyagi helyzet kapcsolata

Ebben az alfejezetben azt vizsgáljuk, hogy miként változik a jelenség az eltérő anyagi helyzetű egyének esetében. Feltételezhetően az alacsonyabb jövedelemmel rendelkező egyének sokkal inkább hajlamosabbak a függőségig eljutni. Ezzel egyidőben azt is kutatjuk, hogy vajon a jobb anyagi helyzettel rendelkezők körében igaz lesz az előző állítás kiegészítése, miszerint a magas jövedelemmel rendelkező egyének kevésbé hajlamosak a függőségre. Bizonyos szint felett már nehéz határt húzni a professzionális és függő játékosok között.

Elsőként megvizsgáljuk, hogy milyen eredményekre jutunk az adatok elemzése során, amikor jövedelmi kategóriákra és nemekre bontva elemezzük, hogy hányan vették már észre saját magukon a függőség jeleit. A kutatási adatokból kiolvashatjuk, hogy a jövedelemmel rendelkező férfi kitöltők nagyobb arányban vettek már észre magukon játék iránti függőség jeleit. Ezzel igazolható az általános közvélekedés, miszerint a férfiak jövedelem kategóriától függetlenül hajlamosabbak egy játékkal kapcsolatos függőségre. A kapott eredmények alapján azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a nemek és jövedelem szerinti lebontás alapján csak a nők esetében teljesül a feltevés, miszerint az alacsonyabb jövedelemmel rendelkezők magasabb arányban figyelték meg magukon függőség jeleit.



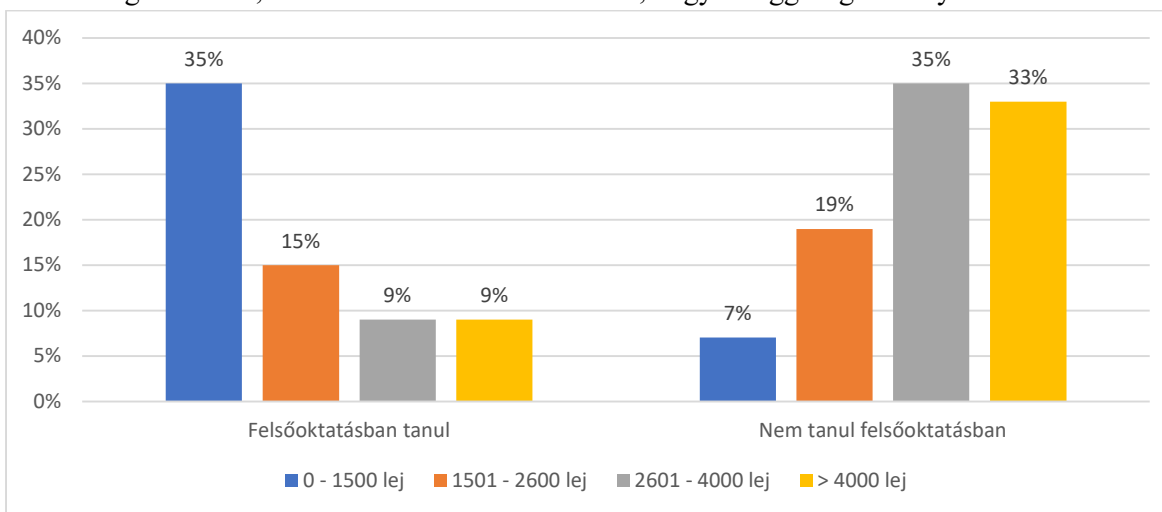
8.ábra: Saját magukon függőség jelét észrevevő egyének vizsgálata jövedelem szint és nemek alapján (saját szerkesztés)

Ismét elvégezzük az előbbi vizsgálatot, de most a nemekre történő lebontás helyett azt fogjuk vizsgálni, hogy az illető jelenleg felsőoktatásban tanul vagy sem. Fontos megvizsgálni azt a szempontot is, hogy a nem egyetemista kitöltők között milyen arányban szerepelnek magas iskolai végzettséggel rendelkezők. Az elemzés adatai az alábbi táblázatban tekinthető. Az adatok alapján az a következtetés vonható le, hogy minél alacsonyabb az iskolai végzettség, annál valószínűbb a függőség kialakulása egy adott egyén esetében.

Végzettség	Felsőoktatásban tanul jelenleg?			
	Igen		Nem	
Általános iskola	0	0%	11	5%
Érettségi	125	47%	37	16%
Szakképző iskola	21	8%	18	8%
Alapképzés	101	38%	76	32%
Mesterképzés	16	6%	86	36%
Mesterképzésnél magasabb	2	1%	7	3%

3.táblázat: Iskolai végzettség és aktív felsőoktatással rendelkező szempontok alapján történő vizsgálata az egyéneknek *(saját szerkesztés)*

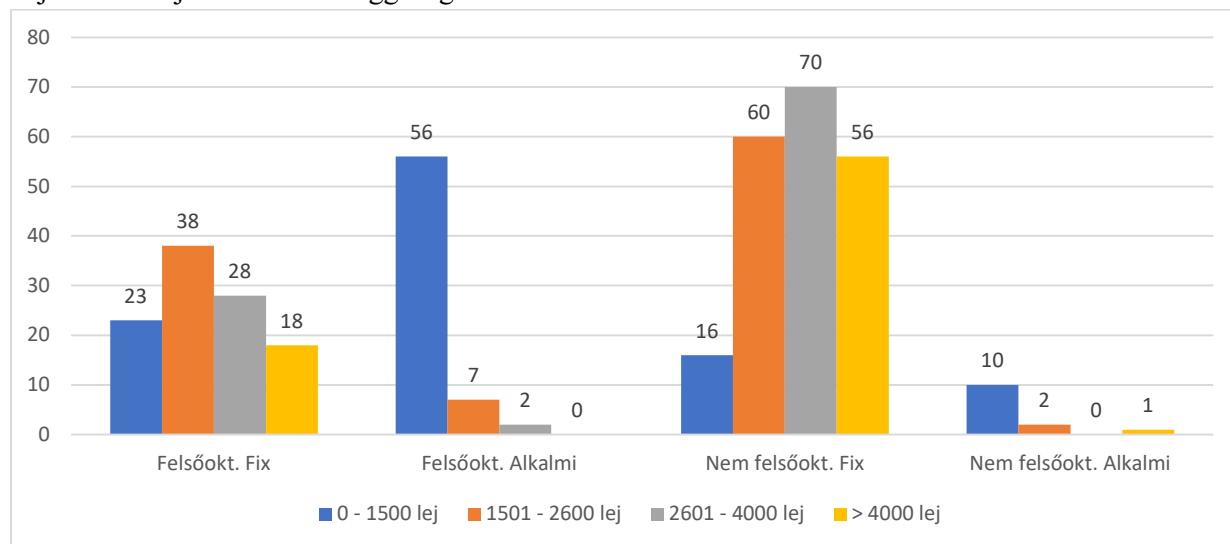
Az adatok elemzése során azt vehetjük észre, hogy a jövedelemmel rendelkező felsőoktatásban tanuló egyének körében teljesen megállja a helyét a feltevés, miszerint az alacsony jövedelmi szinten magasabb a játékfüggőség kialakulásának veszélye. A nem felsőoktatásban tanuló jövedelemmel rendelkező egyének körében valószínűleg azért társul a magasabb jövedelemhez magasabb felismerési arány, mert ezek a személyek sokkal több tapasztalattal és nagyobb önismerettel rendelkeznek. Ez még kiegészül a ténnyel is, hogy aki nemrég kezdte el, az lehet nincs tudatában annak, hogy ő függőség veszélyébe került.



9. ábra: Az egyének felsőoktatási státusza és havi jövedelem alapú vizsgálata *(saját szerkesztés)*

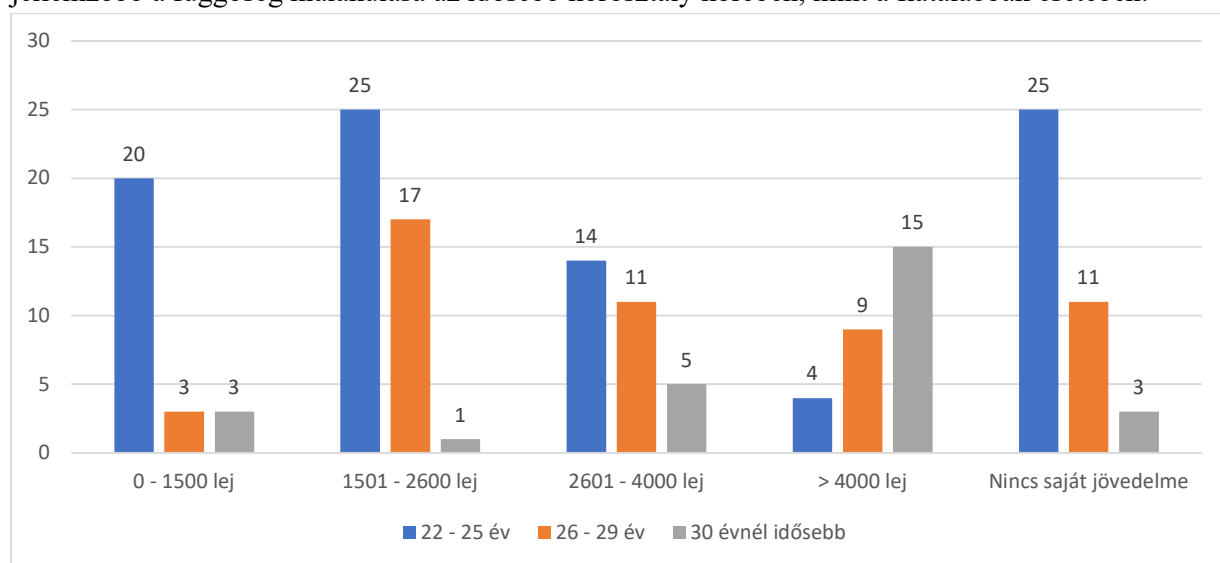
A függőség felismerési aránya valószínűleg azért van így, mert aki felsőoktatásban tanul, az sokkal inkább elkölti a jövedelmét, amelynek nagy részét alkalmi munkából szerzi. Itt leginkább a hétvégi és szezonális diákok által is végezhető munkákra kell gondolni. Aki nem felsőoktatásban tanul, az feltehetően dolgozik valahol és ez meg is figyelhető az eloszlásban, mivel a fix jövedelemmel rendelkezők aránya messze felülmúlja az alkalmi bevételekkel

rendelkezőkét. Összességében elfogadható magyarázat, hogy ebből a szempontból teljesül a vizsgált tézis, miszerint a magasabb jövedelemmel rendelkező egyének sokkal kevésbé hajlamosak a játékok iránti függőségre.



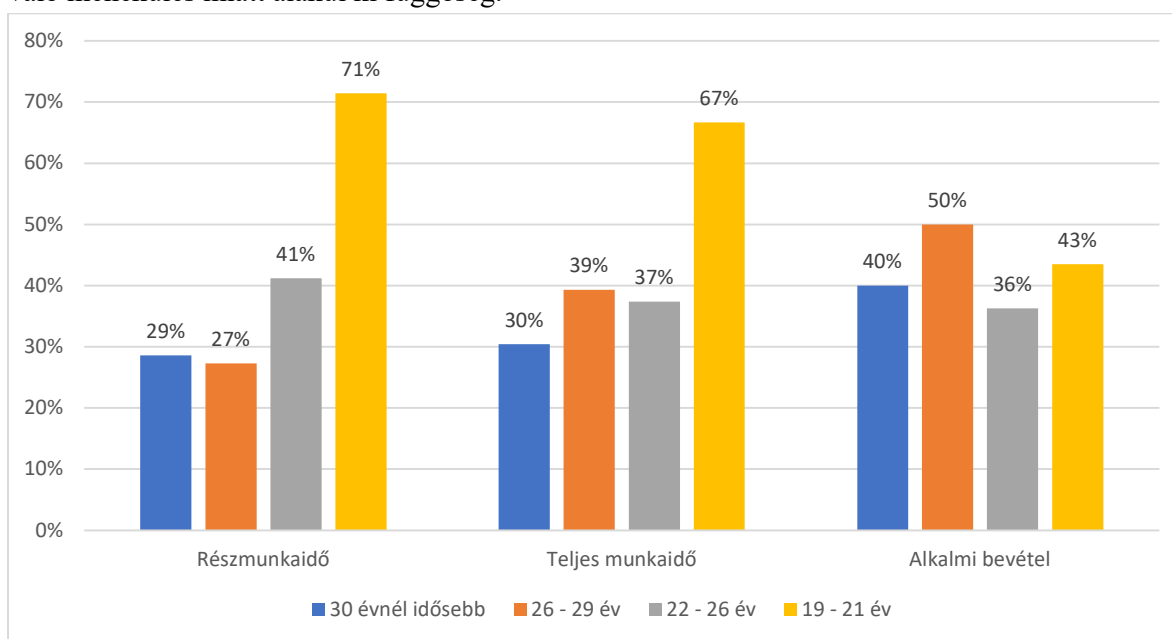
10. ábra: A jövedelem szintek és típusainak vizsgálata a felsőoktatási jogviszony tekintetében (saját szerkesztés)

A jövedelmek szempontjánál maradva érdekes lehet megvizsgálni a jövedelemmel rendelkezők, nemüket és tanulmányukat háttérbe helyezve, az életkoruk alapján is. A vizsgált tézis az, hogy minél fiatalabb valaki, annál inkább hajlamosabb a függőség kialakítására. Ennek vizsgálatát úgy kivitelezzük, hogy a korcsoport és jövedelem kategóriákat összehasonlítjuk azzal, hogy az alany tapasztalt-e saját magán bármilyen játék iránti függőség jeleit. Itt már szépen kivehető a fő feltevést igazoló minta, mivel a fiatalok körében sokkal inkább jellemző az a szintű játékfüggőség, amelynek jeleit már saját maguk is képesek észrevenni. A 4000 lej feletti jövedelemmel rendelkezők esetében ez a tendencia megfordul, mivel itt sokkal jellemzőbb a függőség kialakulása az idősebb korosztály körében, mint a fiatalabbak esetében.



11. ábra: Függőség kialakulásának vizsgálata jövedelem szint és korcsoport alapján (saját szerkesztés)

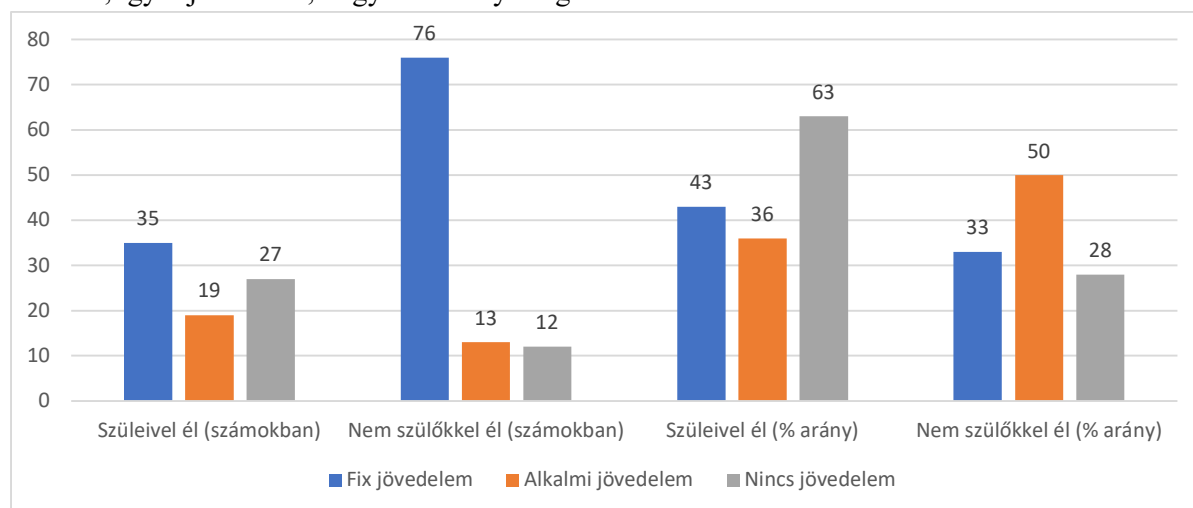
Érdekes lehet, hogyha megvizsgáljuk a függőség kérdését a munkahely típusa és életkor változók együttesét alkalmazva. A feltételezés itt is az, hogy minél fiatalabb valaki, annál inkább hajlamos függővé válni. A 13. ábrán látható adatok arányokat jelentenek, például balról a legelső oszlop azt jelenti, hogy a 30 évnél idősebb részmunkaidősök kategóriájából 29%-uk tapasztalt már magán valamely játék iránti függőség jelet. A részmunkaidős és teljes munkaidős kategóriákban teljesült a feltételezés, a legfiatalabbak jóval nagyobb része válik függővé. Az alkalmi bevétellel rendelkezők esetében az figyelhető meg, hogy a tendencia teljesen eltér az előző kettőtől. Bár második helyen végeztek a legfiatalabb kitöltők, de itt majdnem azonos arányban válnak függővé az emberek. Egyszerű észjárás segítségével is előrelátható volt, hiszen akik alkalmi munkákból élnek, azok valószínűleg sokkal kisebb jövedelemmel rendelkeznek a másik két jövedelmi kategóriával szemben. Az alkalmi bevételekkel rendelkezőknél valószínűleg jövedelem kiegészítés vágyalma vagy a hétköznapi terhei elől virtuális világba való menekülés miatt alakul ki függőség.



12. ábra: A függőség kialakulása munkahely típusa és korosztály tekintetében
(saját szerkesztés)

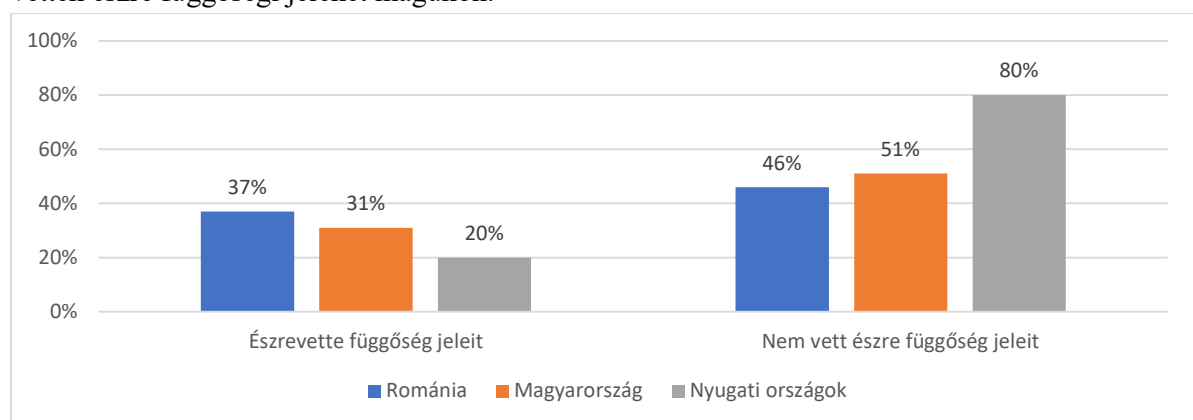
Egy másik feltételezés, hogy a nem szülővel együtt élő alanyok esetében sokkal inkább kialakulhat egy játék iránti függőség. A 14. ábrán az látható, hogy miként változik a függőség kialakulása a jövedelem típusok tükrében azok körében, akik szülővel vagy már nem otthon élnek. A százalékos arány azt mutatja meg, hogy mekkora a magukon függőség jeleit tapasztaló egyének aránya ugyanazon csoportban lévőkhez képest. Például azok közül, akik a szülői háznál élnek és rendelkeznek saját fix jövedelemmel, 43%-uk tapasztalt már magán ilyen jeleket. Az adatok elemzését követően az tapasztalható, hogy a szülővel élők esetében a jövedelemmel nem rendelkezők körében a legnagyobb arányú függőség. Ez valószínűleg amiatt van, mert aki otthon él és nincs jövedelme, az feltehetően sok szabadidővel rendelkezik. Akik már nem a szülővel élnek, azok körében az alkalmi jövedelemmel rendelkezők esetében a legnagyobb ez az arány. Itt valószínűleg az áll mögötte, hogy a szülőktől külön élő alkalmi jövedelemmel rendelkező egyének esetében nem prioritás a megtakarítás, és sokkal inkább

fordítanak időt és költenek szórakozásra. Három kategóriában kettőben igaznak bizonyult a feltevés, így kijelenthető, hogy ez többnyire igaz.



13. ábra: Függőség vizsgálata a jövedelem típusa és a szülőkkal való élés szemszögéből (saját szerkesztés)

Az eddigi elemzés során már szó volt arról, hogy miként viszonyulnak az egyéni jövedelem szintek és a játékfüggőség egymáshoz. Ezt érdemes volna kiegészíteni egy olyan elemzéssel, amely során a jelenlegi lakhelyeket vizsgáljuk. A feltevés az volt, hogy az alacsonyabb jövedelemmel rendelkező egyének körében elterjedtebb a játékfüggőség. Most azt nézzük meg, hogy miként változik a játékfüggőség annak függvényében, hogy hol él a kitöltő. Erre most a GDP/fő értékeket alkalmazzuk. Feltételezésünk szerint minél nagyobb ez az érték, annál kisebb a függőség kialakulásának kockázata. A GDP/fő értékeit 2020-as adatokból olvassuk ki. Az országok sorrendje a legrosszabbtól a legjobbig: Románia (28 833\$/fő/év), Magyarország (31 008\$/fő/év) és egyéb nyugati országok. A nyugati országokat egybevonjuk, mivel kevés az adat róluk és a GDP/fő mutatójuk biztosan nagyobb Románia és Magyarországnál. Jól kivehető az adatokból, hogy a magasabb életszínvonal mellett kevésbé jellemző a függőség kialakulása, illetve nagyobb arányban vannak azon kitöltők, akik nem vettek észre függőségi jeleket magukon.

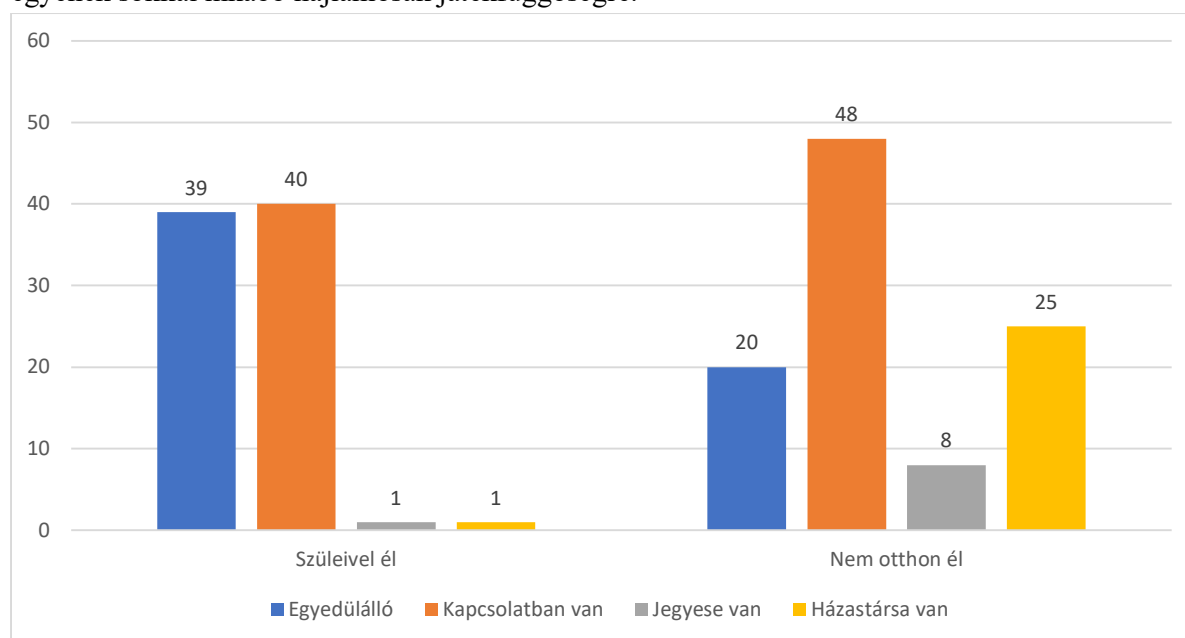


14. ábra: Függőség vizsgálata aktuális lakhely (ország) szerint (saját szerkesztés)

4.3 A szerencsejáték-függőség és a társadalmi helyzet kapcsolata

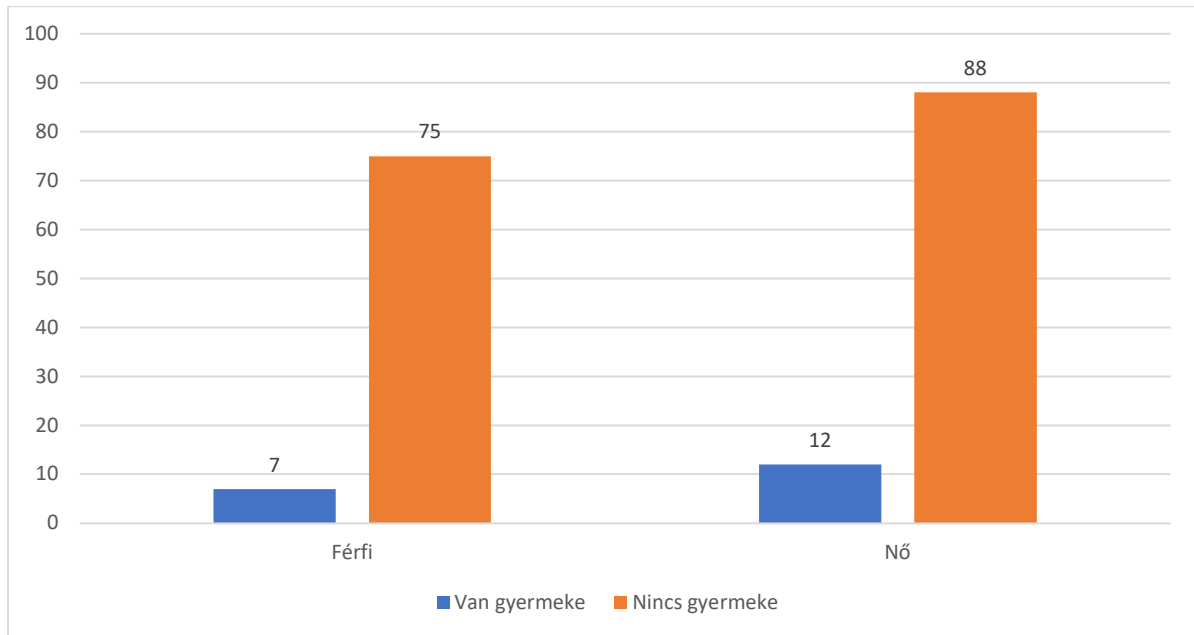
A kérdőív adatok elemzése elején meghatároztuk, hogy nem kizárólag anyagi tényezők vezethetnek a függőség kialakulásához. Ebben az alfejezetben az egyének társadalmi helyzetét fogjuk vizsgálni, illetve azok hatásait az egyén szerencsejáték-függőségének folyamatában.

Elsőként vizsgáljuk meg, hogy miként változik a függőség annak függvényében, hogy az egyének milyen párkapcsolati státusszal rendelkeznek és otthon élnek vagy sem. A kiinduló feltételezésünk az, hogy az otthon élő egyedülálló körében sokkal magasabb a függőség jeleit magukon észre vevők aránya. Az adatok elemzését követően azt figyelhetjük meg, hogy a szülőkkel élők körében közel azonos a függőség kialakulása az egyedülállók és kapcsolatban élők között. A nem otthon élők esetében a súlypontok áthelyeződnek, vagyis a párkapcsolatban lévők száma nagyrészt megmaradt, de az egyedülálló nem otthon élők száma felére csökkent. Valószínűleg az a jelenség van jelen, hogy a már nem otthon élők körében alaphoz képest kisebb az egyedülállók száma. Igaznak minősült a feltételezés, miszerint az otthon élő egyedülálló egyének sokkal inkább hajlamosak játékfüggőségre.



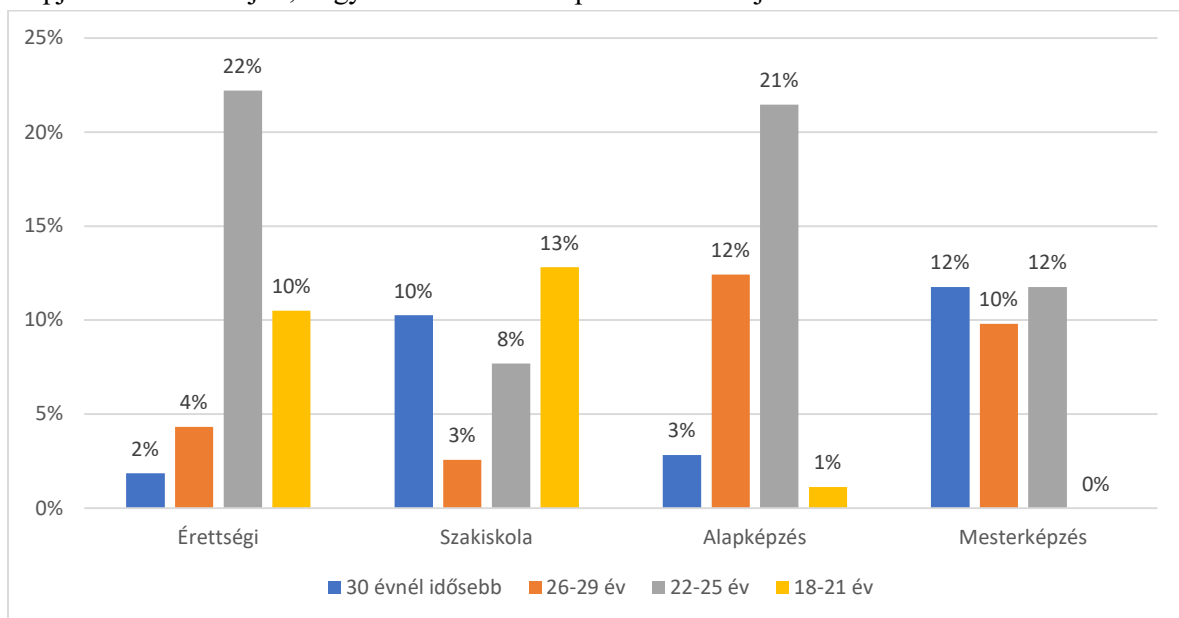
15. ábra: Függőség vizsgálata párkapcsolati helyzet és szülőkkel való élés tekintetében (saját szerkesztés)

Egy másik vizsgálati szempont az, hogy az egyén rendelkezik-e gyermekkel. Ezt még kiegészítjük a kitöltő személyek nemével. A feltételezés az, hogy a gyermekkel rendelkező nők esetében sokkal kisebb a játékok iránti függőségnek kialakulása. Az elemzést követően azt figyelhetjük meg, hogy a gyermekkel rendelkező férfiak jelentősen kisebb eséllyel lesznek függői valamelyik játéknak. A férfiak esetében 85%-os arányban azok érzékelték magukon függőség jeleit, akiknek nincs gyermekük. A nőknél ez az arány 88%-ra ugrott fel. Függőség jeleit magukon nem érzékelő egyének közül a férfiak 90%-os és a nők 85%-os arányban gyermektelenek voltak. Összességében elmondható, hogy a feltételezés igaznak bizonyult, mivel a gyermekkel rendelkező nők kisebb arányban válnak függőkké a gyermekkel rendelkező férfiakhoz képest.



16. ábra: Függőség vizsgálata nemek és saját gyermek tekintetében (saját szerkesztés)

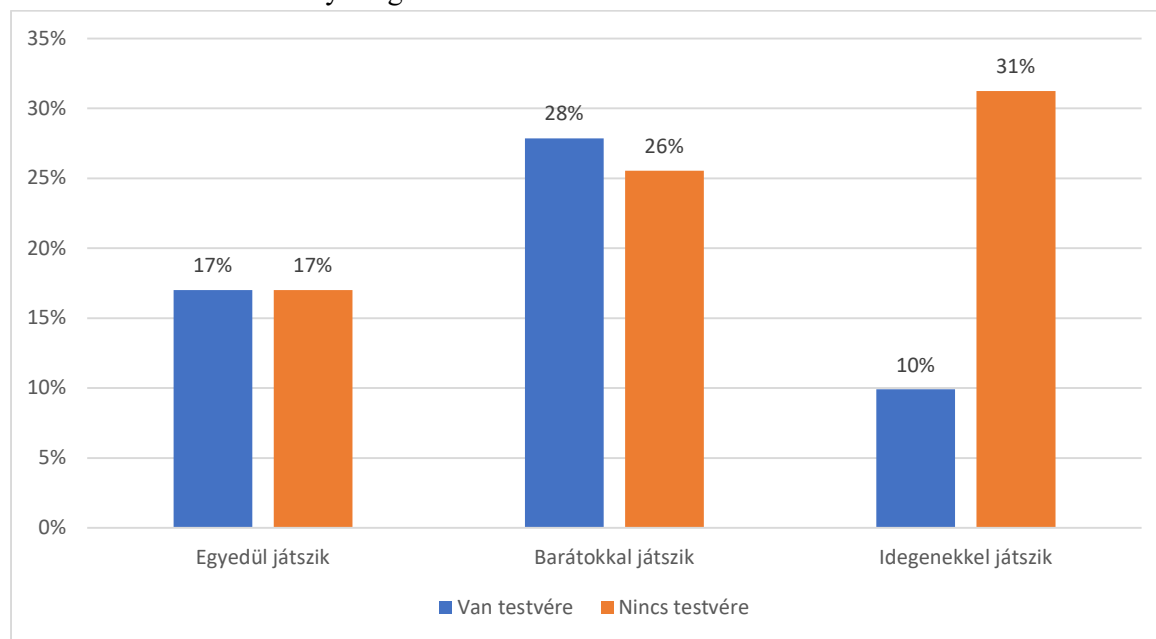
Érdekes lehet megvizsgálni azt a társadalmi szempontot, hogy miként változik a játékfüggőség jelensége a legmagasabb iskolai végzettség és a korosztály tekintetében. A feltételezésünk az, hogy minél idősebb valaki és minél magasabb végzettséggel rendelkezik, annál inkább immunis a függőség kialakulására. Az adatokat arányaiban elemezzük, például érettségivel rendelkezők esetébe, hogy mennyi a 18-21 évesek aránya az érettségivel rendelkező kitöltőkhöz képest. Az elemzést követően azt tapasztalhatjuk, hogy a 26 évnél idősebb korosztály az érettségi és alapképzés végzettség kategóriában kevesebb arányban vélt felismerni függőségre utaló jeleket. A másik két kategóriában második helyet foglal el. Ezek alapján azt mondhatjuk, hogy a feltételezés csupán részben teljesül.



17. ábra: Függőség vizsgálata életkor és legmagasabb iskolai végzettség tekintetében (saját szerkesztés)

A technológia világában egyre növekszik és virágzik az érdeklődés olyan technológiák tervezése iránt, amelyek az explicit verbális kommunikáción túl közvetítik és megteremtik a rokonság érzését az interperszonális kapcsolatokon belül. Ennek ellenére a kommunikációs technológiák, mint például a mobiltelefonok, az internet és a közösségi oldalak még mindig központi szerepet kapnak az emberek életében, mint e kapcsolatok kialakításának és fenntartásának eszközei. (Hertlein, 2014)

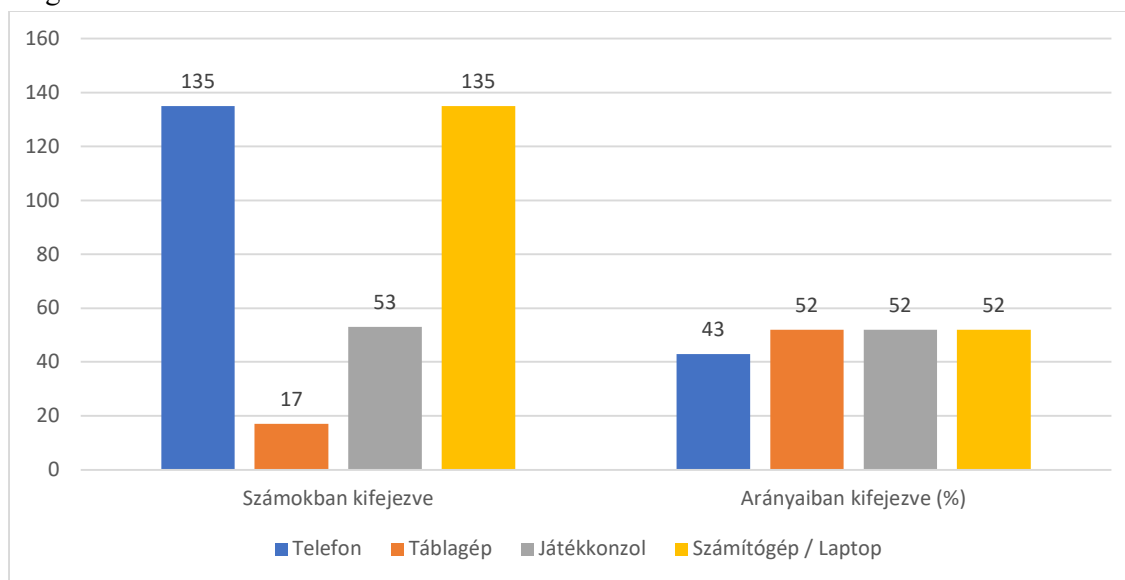
Mint azt a társadalmunkban tapasztaljuk, a technológia számos pozitív hozadéka mellett sajnos olyan negatív is megjelent, mint például az egyre nagyobb méreteket öltő társadalmi elzárkózás. Olyannyira elkényelmesedtünk, hogy a személyes kapcsolatokkal járó interakciók rovására igyekszünk mindent otthonról elintézni. Ennek alapján megszületett a feltételezés, hogy a játékfüggőség kialakulása sokkal magasabb azoknál, akiknek nincs testvérük és nagyrészt egyedül játszanak. Az alábbi diagramon az látható, hogy hányan vették észre magukon egy játék iránti függőség jeleit, a testvérek és játékosárs változókkal ötvözve. Az eredmény azt mutatja, hogy a három leginkább veszélyeztetett kategória: akiknek nincs testvérük és idegenekkel játszanak, akiknek van testvérük és barátokkal játszanak, illetve akiknek nincs testvérük és barátokkal játszanak. Az adatok alapján azt tapasztaljuk, hogy a testvérrel nem rendelkezők esetében a függőség leginkább az idegenekkel játszva válhat függővé. E mögött az állhat, hogy a testvér és barátok nélküli egyének sokkal inkább hajlamosak függővé válni, mivel jól esik nekik egy virtuális térben létező barátokkal játszani. A testvérrel rendelkezők és az egyékek esetében a barátokkal történő játék majdnem azonos arányban vezet függőséghez, még az egyedül játszóknál ez teljesen egyforma. Ezek alapján a feltételezésünk nem bizonyult igaznak.



18. ábra: Függőség vizsgálata a testvéri jelenlét és az egyén játékos közössége tekintetében (saját szerkesztés)

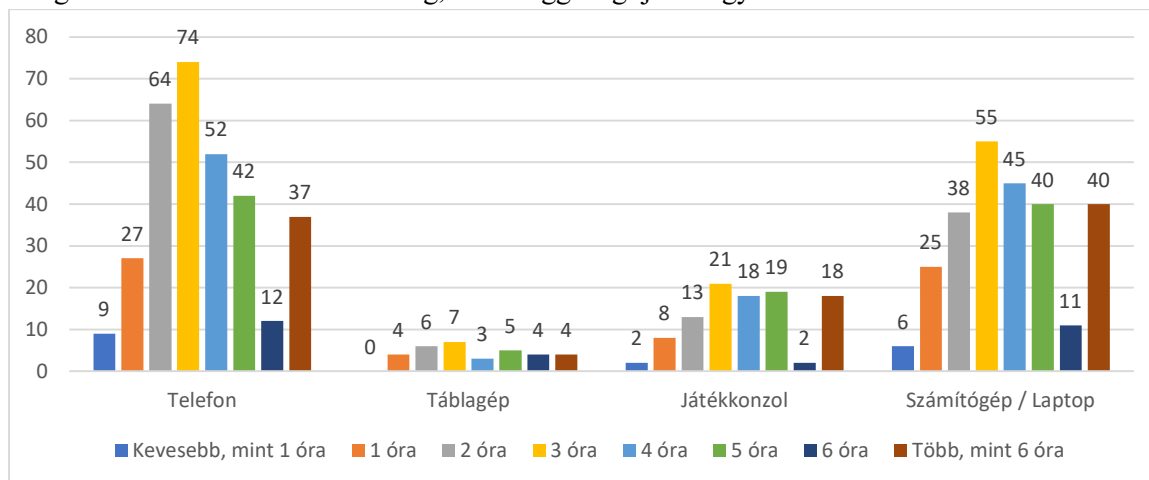
4.4 Játékra használt eszközök vizsgálata

Egy másik feltételezésünk szerint, minél könnyebben elérhető egy adott digitális játék platform, annál nagyobb a valószínűség a függőség kialakulására. A kérdőív eredményeinek segítségével megvizsgáltam, hogy mely eszközökön játszó egyének körében a legmagasabb az önmagukon függőség jeleit észlelő egyének aránya. Az eredmények azt mutatják, hogy a telefon és számítógépen történő játékok esetében van a legtöbb függőség jelet észlelő kitöltő, viszont arányaiban nagyjából minden eszköz esetében a játékosok fele függőség jelet vette észre magán.



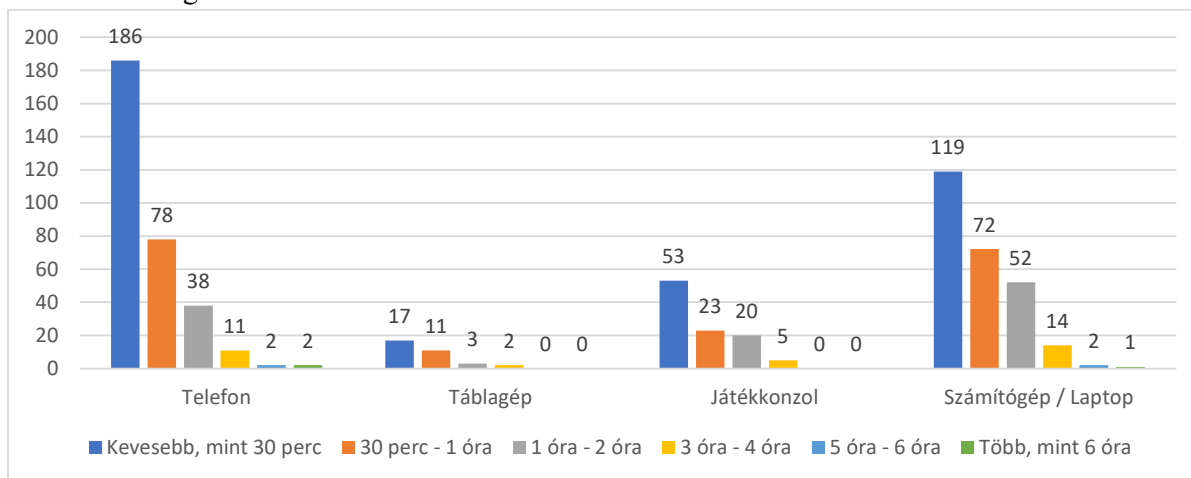
19. ábra: Függőség jeleit magukon megfigyelő egyének vizsgálata a játékra használt eszköz tekintetében (saját szerkesztés)

Az előző feltevést kiegészítve most azt fogjuk vizsgálni, hogy az emberek saját bevallása szerint a négy eszközre külön-külön mennyi játékidő jelent már függőséget. Látható, hogy mindegyik eszköz esetében a válaszadók nagy része a napi 1-2 óránál több virtuális világban töltött időt határozták meg, mint függőségi jelek egyike.



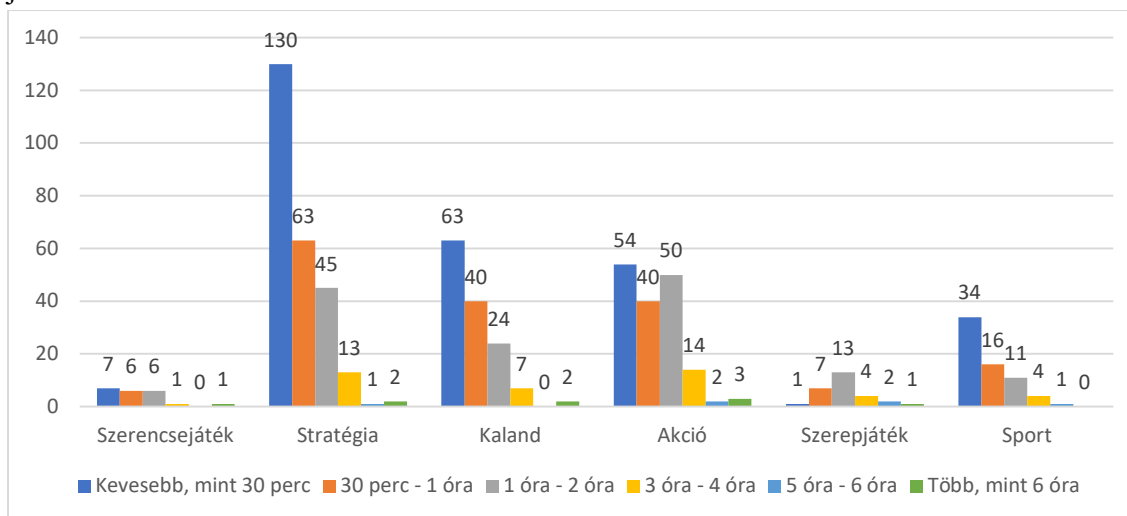
20. ábra: Függőségnek számító idő vizsgálata játékra használt eszközök tekintetében (saját szerkesztés)

Immár ismerjük, hogy a kitöltők saját bevallásaik alapján napi szinten mennyi játékkal töltött időt tartanak már függőségnek. Ebben az esetben a számok nem tükrözik teljes mértékben a valóságot, mivel valószínűleg a kitöltők egy része lefelé torzított értékeket adott meg. A feltételezésünk az, hogy minél könnyebben hordozható egy eszköz, azon annál inkább sokszor játszanak kevesebbet az emberek. A kutatás során igaznak bizonyult ez a feltételezés, mivel a telefonon játszóknak 59%-a és táblagépen játszóknak 52%-a játszik kevesebb, mint napi 30 percet. Ezekkel szemben a kevés mobilis számítógép és laptop esetében az érték csupán 46%. A lefelé való torzítást figyelembe véve ezek az adatok megegyeznek az alfejezet elején kapott értékekkel, amelyek szerint eszköztől függetlenül nagyjából a játékosok fele függőség jelét veszi észre magán.



21. ábra: Függőség vizsgálata a játékra használt eszközök és játékidő tekintetében (saját szerkesztés)

Általában a legaddiktívabb játékok azok, amelyek hosszú távú célokat kínálnak a játékosai számára. Az adatok alapján azt tapasztaljuk, hogy a legtöbb időt az emberek stratégiai és akció játékokkal töltik. A stratégiai játékok hosszú távú célokat biztosítanak, az akció játékokra pedig a gyors és folyamatosan azonnali impulzusokat biztosító kompetitív játékmód jellemző.

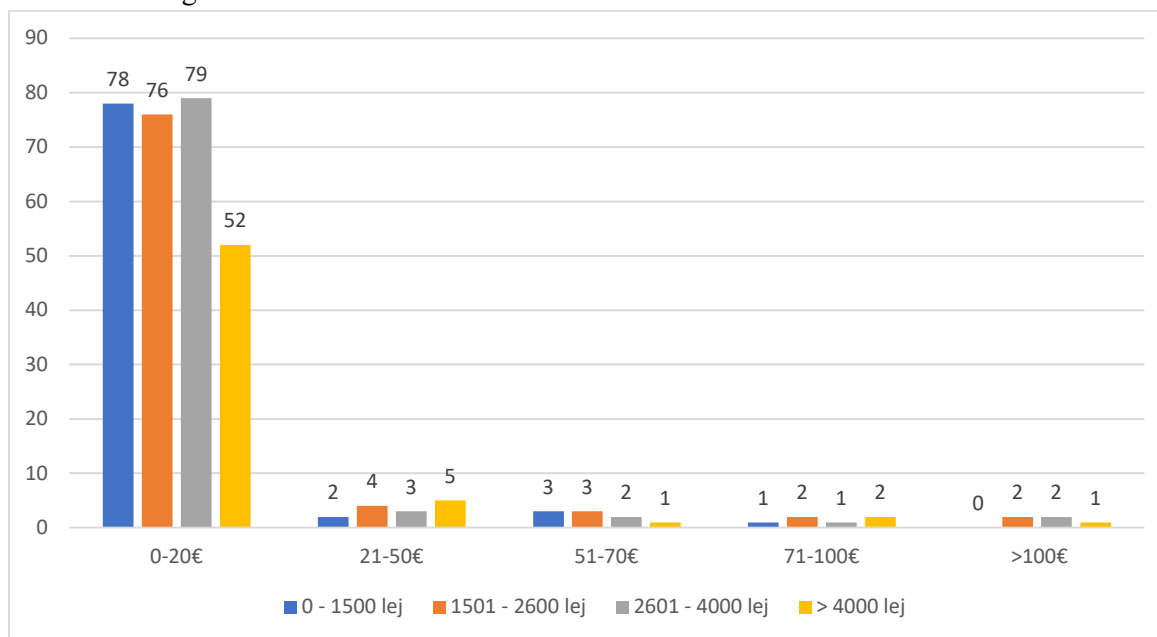


22. ábra: Leginkább függőséget kiváltó játékok vizsgálata stílusok alapján (saját szerkesztés)

4.5 Költségi szokások a játékokban

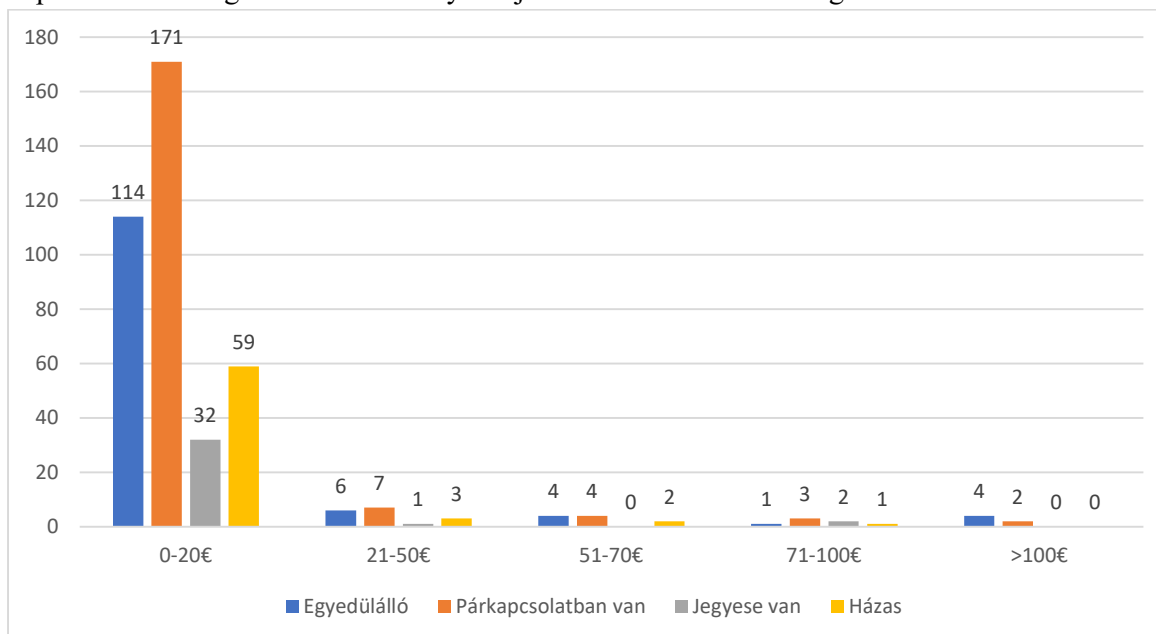
Az egyre jobban terjedő játékipar mögött egy igen jövedelmező piac áll. Mi sem bizonyítja jobban, hogy folyamatosan új belépők és újabb játékok jelennek meg ebben az iparágban. Ennek a fejezetnek a fő célja az, hogy megvizsgáljuk mennyit és mire szoktak költeni játékon belül az emberek. Számos „pay to win” játék létezik, amely magyarul a valós pénzt elköltése által megszerezhető előnyöket jelent. Emellett sok helyen olyan felszerelések vagy egyéb kozmetikai eszközök vásárolhatók, amelyek megvásárlása nem juttatja előnyhöz az adott játékost, csupán esztétikai vagy státusz jellegük van.

A kérdőív szerkesztése során egyik kutatási feltételezés az volt, hogy a minél nagyobb jövedelemmel rendelkező egyének körében nagyobb arányban történnek nagy értékű vásárlások. Az alábbi ábrán azon elemzés adatai tekinthetők meg, amelyben a saját jövedelem alapján megvizsgáltuk az egyének által egyidőben maximálisan játékon belül elköltött összeget. Megfigyelhető, hogy a magasabb jövedelmi szinttel rendelkező egyének nem költenek olyan sokan, mint más jövedelem kategóriákkal rendelkező kitöltők. Ezen megállapítás mögött az, a mindennapokban jól észlelhető tény állhat, hogy általában a magasabb jövedelmi szinthez egy magasabb önmegvalósítási szint is társul. Sok esetben az alacsony számú valós-életbeli sikerekkel rendelkező személyek azért válnak függőivé egy játéknak, mert annak a világa folyamatos visszacsatolásokkal teli virtuális sikerélményt teremt számukra. A 0 – 1500 lej nettó jövedelemmel rendelkezőknek 7,14%-a költött 21€-nél többet, a 1501 – 2600 lej szinten ez az arány 12,64%, a 2601 – 4000 lej kategóriában 9,19%, még a 4000 lejnél nagyobb nettó jövedelemmel rendelkezők esetében 14,75%. Hogyha ezeket az eredményeket grafikusán ábrázolnánk, akkor egy trendvonal megrajzolása növekedő tendenciát mutatna. Tehát igaz a feltételezés, miszerint az egyén jövedelmi szintje egyenesen arányos a játékokban egyidőben elköltött összeget mértékével.



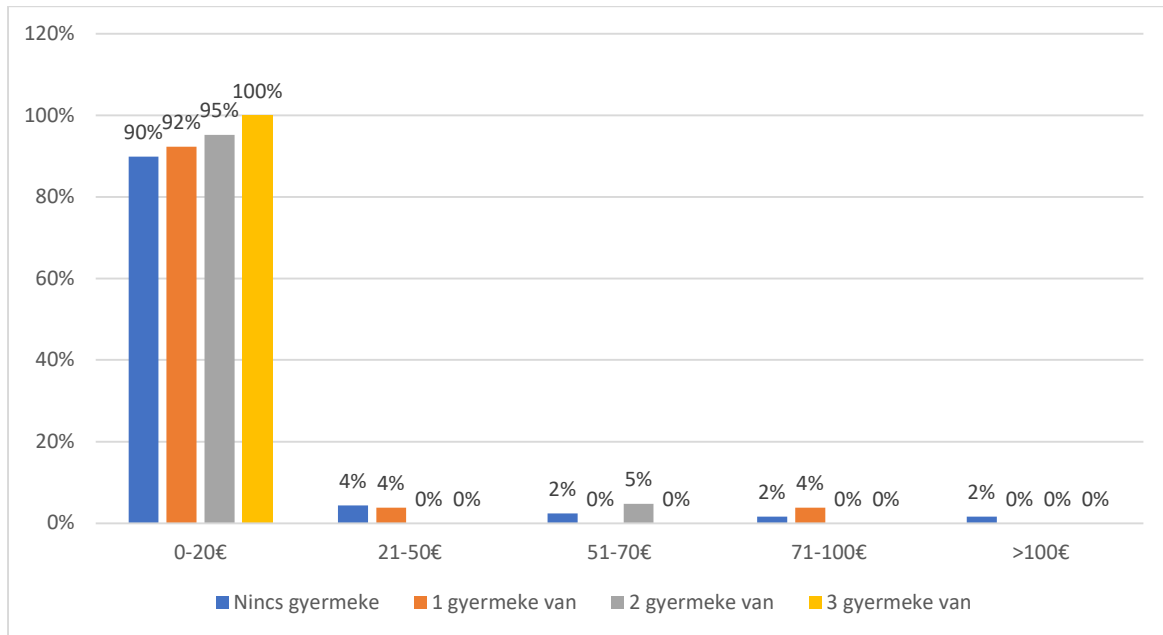
23. ábra: Költségi szokások vizsgálata az egyének jövedelmi szintje alapján (saját szerkesztés)

A felmérésnek még az is célja volt, hogy elegendő adatot kapjunk annak a feltételezésnek a vizsgálatára, hogy mennyire befolyásolja a párkapcsolati állapot és az egyének által elköltött egyszeri alkalommal elköltött pénz mennyiségét. A párkapcsolati állapotokra ezen vizsgálat során egy kötöttségi rangsorként tekintünk, ahol a sorrend a kevésbé kötött formától a teljesen kötött felé haladva a következő: egyedülállók, kapcsolatban lévők, jegyesek és házások. A feltételezés az, hogy minél kötöttebb kapcsolatban él valaki, annál inkább kevesebb összeget költ el játékokban. Az adatokból látható, hogy a két legnagyobb kötöttségi faktossal rendelkező párkapcsolat esetében nagyon kis arányban vagy egyáltalán nem található nagy összegű költés. Tehát ezek alapján kijelenthető, hogy igaz a feltételezés, miszerint a kapcsolat kötöttsége fordítottan arányos a játékokban elköltött összegekkel.



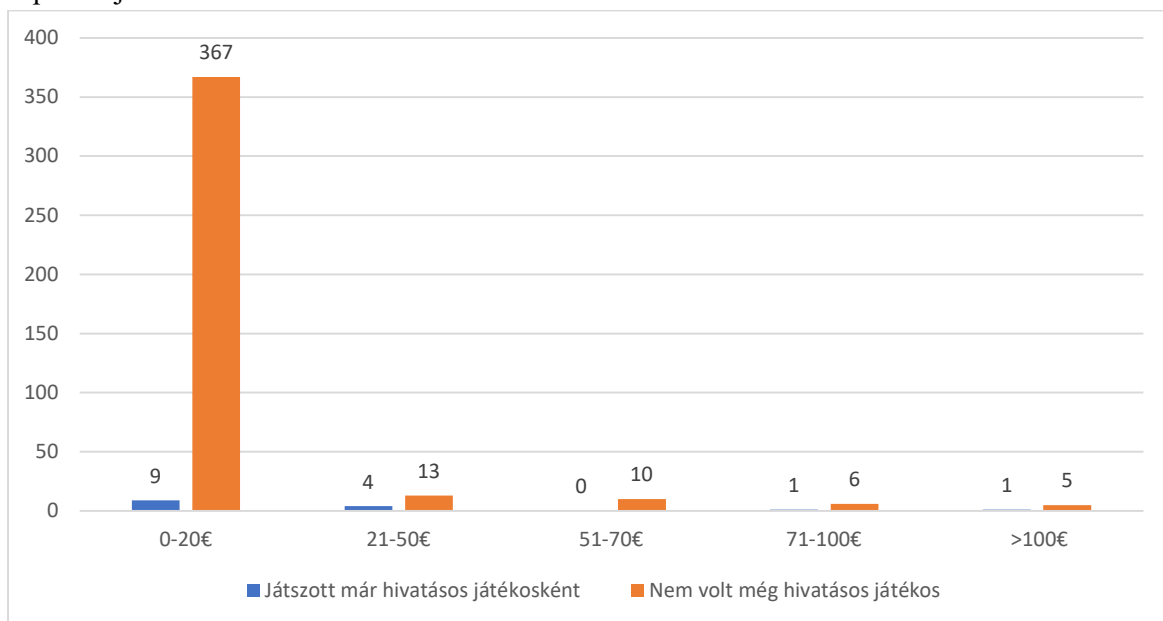
24. ábra: Költési szokások vizsgálata az egyén párkapcsolati státusza tekintetében (*saját szerkesztés*)

Az előbb vizsgált alapján megnézzük, hogy a saját gyermekek jelenléte az egyének életében szempont miként módosítja a költési szokásokat. Ebben az esetben a feltételezés az, hogy a minél több gyermekkel rendelkező kitöltő alanyok sokkal inkább kis összeget költenek el azokkal szemben, akiknek nincs vagy kevesebb gyermekük van. Jól megfigyelhető mintázat, miszerint a legkisebb költési kategória esetében a legnagyobb arányt a több gyermekkel rendelkezők alkotják. Fontos kiemelni, hogy a legelső kategóriába beletartozik mindenki, aki egyáltalán nem vagy csak nagyon kevés összeget költött el játékokban. Ahogy egyre inkább nő az elköltött összeg értéke, úgy csökken a gyerekekkel rendelkezők száma adott kategórián belül. A 20€-nél többet költő egyének aránya a következőképpen alakul: akiknek nincs gyermekük 10%, az egy gyermekkel rendelkezők esetében 8%, a két gyermekkel rendelkezők esetében 5% és a három gyermekkel rendelkezők esetében 0%. Tehát igaznak bizonyul a feltevés is, miszerint a gyermekek száma fordítottan arányos a maximálisan egyidőben játékokban eltöltött pénz összegével.



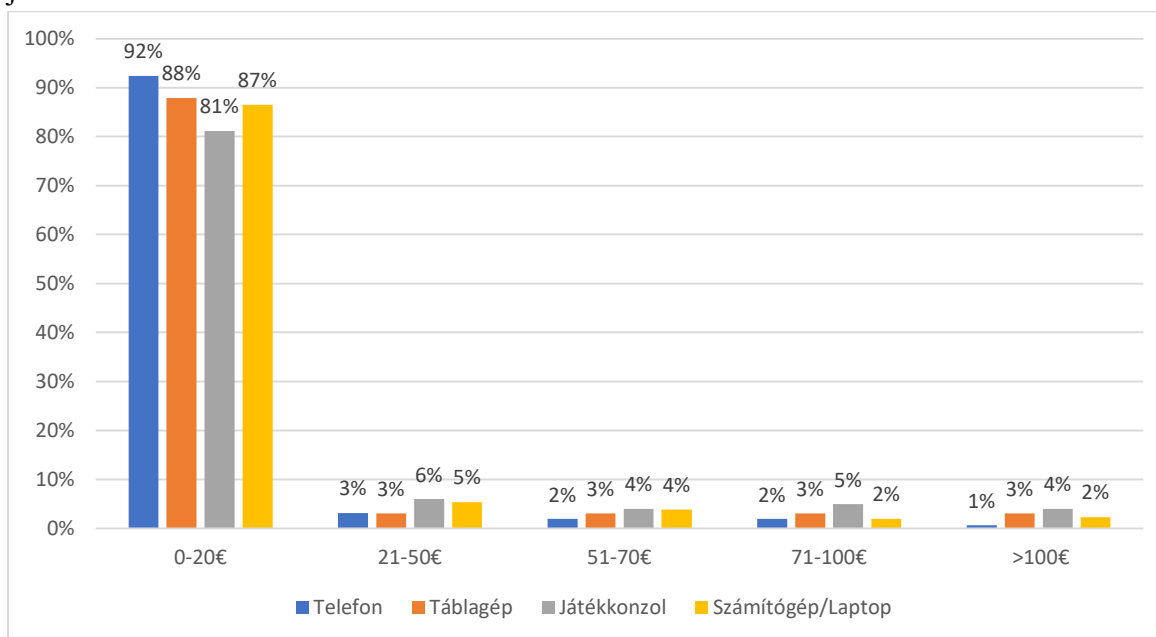
25. ábra: Költsési szokások vizsgálata annak tekintetében, hogy az egyénnek van vagy nincs gyermeke (saját szerkesztés)

A játékokban történő költségek kapcsolatban állhatnak azzal, hogy valaki játszott már hivatásos játékosként vagy nem. A feltételezés az, hogy amennyiben valaki játszott már hivatásos játékosként, az valószínűleg sokkal nagyobb összeget költött el egyetlen alkalommal játékbéli tranzakciókra. Az adatok elemzését követően azt figyelhető meg, hogy a feltételezés hamisnak bizonyult, mivel mindegy egyes pénz költsési kategóriában jelentősen többet költöttek azok az emberek, akik nem játszottak még hivatásos játékosként. Erre az lehet a magyarázat, hogy a hivatásos játékosok számára a virtuális javak költsége alól mentesítik őket a csapataik szponzorjai.



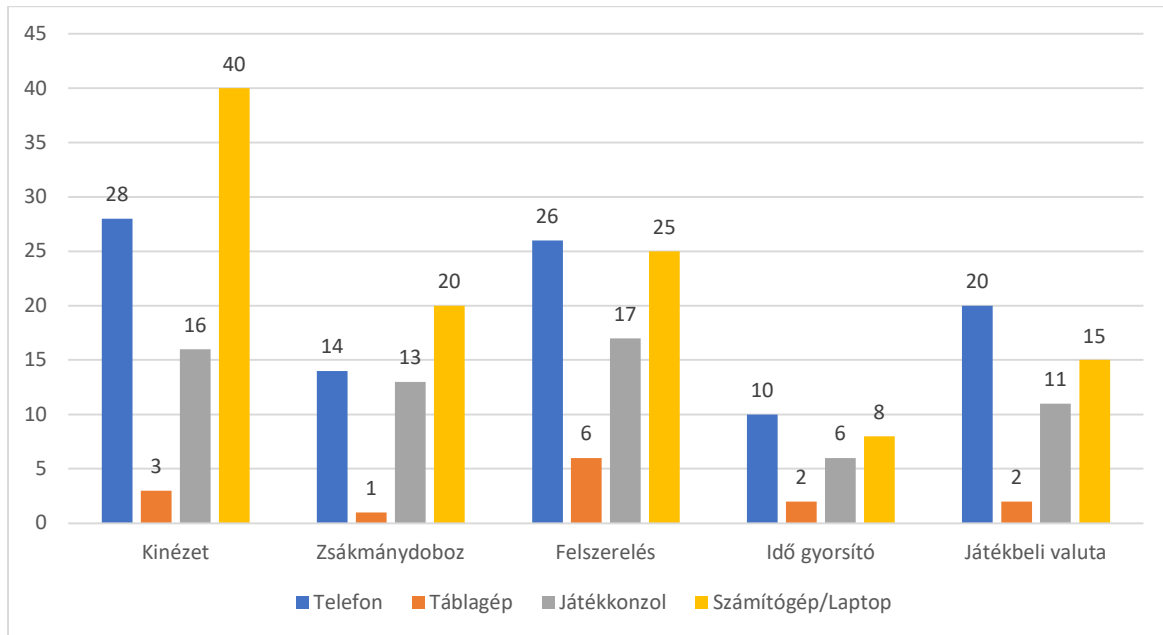
26. ábra: Költsési szokások vizsgálata aszerint, hogy az egyén volt már hivatásos játékos vagy sem (saját szerkesztés)

Létezik a köztudatban egy olyan gondolat, mely szerint minél drágább egy játékra használt eszköz, annál többet hajlandók költeni utólag is a felhasználók. Ebből kiindulva azt a feltételezést vizsgáljuk meg, hogy vajon valós-e a következő (első helyen a legtöbbet költekezőktől haladva a legkevesebbet költekezőkig) eszköz szerinte sorrend: számítógép/laptop, játékkonzol, táblagép és telefon. Ezt a sorrendet abból a szempontból vizsgáljuk, hogy a válaszadók közül ki mennyi pénzt költöttek eddig maximálisan egy játékban. Az ábrán az látható, hogy egy adott eszköz kategórián belül hány százalék esik bele egy adott játékokban elköltött pénz kategóriába. Az eredmények azt mutatják, hogy a feltételezés nagyjából teljesülni látszik. A számítógépen játszó egyének kisebb százalékban költenek nagyobb összeget játékbéli tranzakciókra. Emiatt arra a következtetésre jutunk, hogy hordozható és kevésbé hordozható eszközökre lebontva igaz a feltételezés, hogy a kevésbé hordozható eszközök esetében jóval nagyobb arányban vannak jelen a magasabb összegű játékbéli tranzakciók.



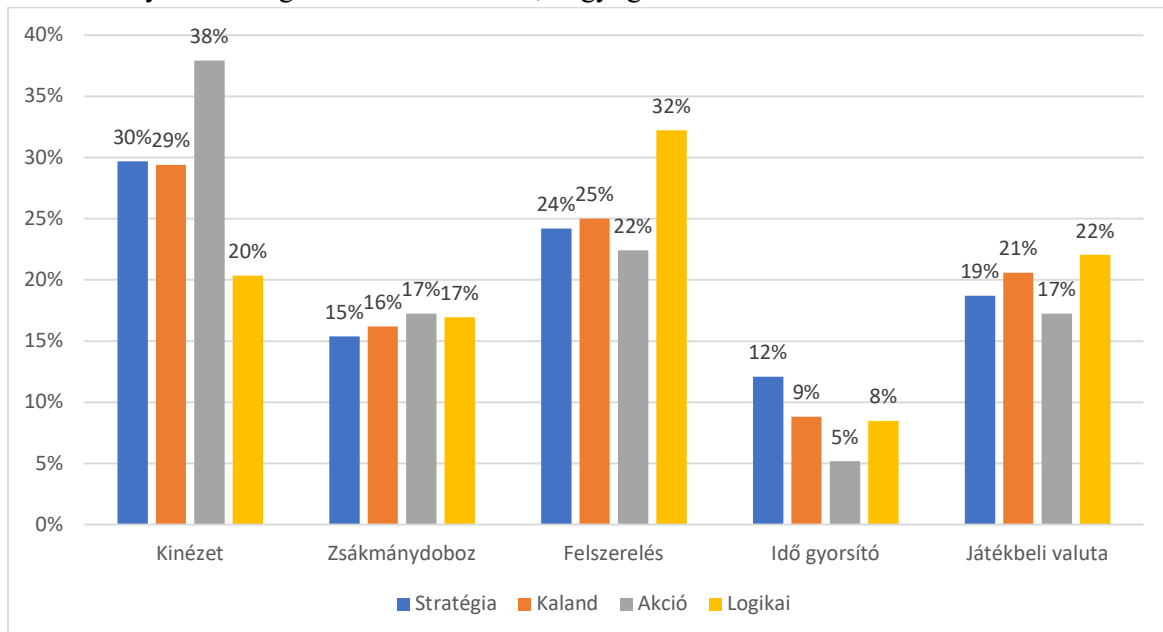
27. ábra: Költsési szokások vizsgálata a játékra használt eszközök tekintetében (saját szerkesztés)

A következő vizsgálat arra fókuszál, hogy miként változnak a költsési szokások a fent említett 4 platform között (telefon, táblagép, játékkonzol, számítógép/laptop). A feltételezés az, hogy minél hordozhatóbb egy eszköz, annál inkább időspóroló dolgokra költenek a felhasználók. Az adatokból azt láthatjuk, hogy a gyorsabb haladás érdekében a telefonos játékban költő egyének sokkal inkább költenek idő spórolásra használható eszközökre. Ez annak tudható be, hogy a telefon a leginkább hordozható eszköz, így fontos lehet a felhasználók számára, hogy a kevés játékidő alatt minél többet tudjanak haladni. A felszerelés és zsákmánydoboz kategóriákban leginkább a számítógépen játszó körében figyelhető meg nagyobb számú költés, mivel általában ezeken az eszközökön olyan játékokkal játszanak az emberek, amelyek hosszú távú fejlődésnek adnak teret. Az elemzés alapján igaznak minősül a feltételezésünk, miszerint a hordozható eszközöknél az idő a legfontosabb tényező és emiatt a játékban az időigényes folyamatokat csökkentik leginkább.



28. ábra: Költségi kategóriák vizsgálata a játékra használt eszközök tekintetében (saját szerkesztés)

Az előző kutatáshoz kapcsolódóan most arra vagyunk kíváncsiak, hogy miként változnak a költési szokások játék kategóriaként. A feltételezésünk az, hogy minél hosszabb távú célokat kínál egy játék, annál inkább hosszú távon hasznos dolgokra költenek a felhasználók benne. Az alábbi diagramon megfigyelhető, hogy kinézetre leginkább az akció játékkal játszó emberek költöttek. Az összes többi kategóriában (zsákmánydoboz, felszerelés, idő gyorsító és valuta) első helyen szerepel a logikai játék, majd azt követi a kaland játék. Ezek az eredmények arra engednek következtetni, hogy igaz a feltételezett állítás.



29. ábra: Költségi kategóriák vizsgálata játéktílusok tekintetében (saját szerkesztés)

7. EREDMÉNYEK ÉS ÉRTÉKELÉSÜK

7.1 A játékosítás eredményeinek összegzése

Immár elég jól ismerjük a játékosítás folyamatát elméleti szempontból és gyakorlati példákkal egyaránt. A négy nagyobb mértékű játékosítási projekt és a nyolc kisebb üzleti játékosítási projekt elemzése után úgy tűnik, hogy van létjogosultsága ennek az egyre inkább teret nyerő eszköztárnak.

A Nike esetében mai nap nagy sikernek örvend az applikáció. A Google áruházának adatai szerint 10 és 50 millió közötti Androidos eszközre történő letöltéssel rendelkezik 2022. március 15.-i dátummal bezárólag. A népszerűségét még az is alátámasztja, hogy 1 033 860 értékelés alapján 4,3-as átlagos osztályzattal rendelkezik egy olyan skálán, ahol az 5 a legjobb.

Az OTP Bank által piacra dobott Simple alkalmazás nagyban hozzájárult az új fiatal ügyfelek bevonásához és a már meglévők megtartásához. A Google áruházában lévő adatok azt mutatják, hogy valahol 1 és 10 millió Androidos eszközre töltötték le az alkalmazást 2022. április 14.-i nappal bezárólag. Az értékelések alapján itt is megfigyelhető a pozitív visszajelzés, mivel 56 511 felhasználói értékelést követően átlagosan 4,0-ás átlaggal rendelkezik.

A Waze navigációs alkalmazást valószínűleg nem sok gépjárművet vezető okostelefont használó sofőrnek kell bemutatni. A Google Maps-t követően napjaink második legnépszerűbb navigációs alkalmazása lett. Bár ez inkább házon belüli verseny, mivel a Waze fel lett vásárolva a Google által.

Napjainkban a Kahoot elengedhetetlen eszköze az interaktív alkalmak során, mint például kvízzjátékok, oktatás és konferenciák. A 2021-es évvel bezárólag 2 milliárd felhasználó volt kapcsolatban az alkalmazással, 200 országban használták már az alkalmazást, összesen 300 millió kvízt készítettek rajta és 30 milliónál nagyobb regisztrált felhasználói bázissal rendelkezik.

Az egyéb esetek során mindegyiknél megfigyelhető volt jó irányba történő elmozdulás. Valahol nem volt számokban mérhető a hatás, hanem sokkal inkább a felhasználók elégedettségi szintjét vagy a közjót szolgálták a projektek.

Mindent összevetve azt mondhatjuk, hogy a játékosítás ma már nem egy utópisztikus elméleti dolog, hanem sokkal inkább kézzel fogható és hétköznapijainkban is alkalmazható. Az esetek nagy részében látható eredményei voltak a játékosított folyamatok bevezetésének, viszont nem bizonyított, hogy csakis ezek miatt történtek a pozitív hatások. Kétségtávol az emberek szeretnek játszani és valószínűleg a „kereslet” révén a válaszlépés az egyre több játékosított rendszer megalkotása lesz.

7.2 A kérdőíves kutatás eredményeinek összegzése

A fejezetben rengeteg szempontból megvizsgáltuk a kérdőíves felmérés során gyűjtött adathalmazt. A fő hipotézis az volt, hogy az egyén társadalmi és anyagi helyzete nagyban befolyásolja a szerencsejáték-függőségre való hajlandóságát. Mivel ez egy primer kutatás volt, az eredmények torzulhatnak a kitöltés közbeni lehetséges személyes torzítások miatt.

Az anyagi bevételek méretének szemszögéből elvégzett kutatás eredménye azt mutatja, hogy minél alacsonyabb egy adott réteg bevétele, annál inkább hajlamos a szerencsejátékok

által kínált mesebeli nyereségek kecsegtetésének engedni. Tehát kijelenthetjük, hogy a havi jövedelmek mérete fordítottan arányos a játékfüggőség kialakulásának esélyével. Az anyagi helyzet és a társadalmi jólétet vizsgálva azt mondhatjuk, hogy minél jobb életszínvonalú társadalomban él az egyén, annál kisebb valószínűséggel lesz függője valamelyik játéknak. Tehát kijelenthetjük, hogy a játékfüggőség kialakulásának esélye fordítottan arányos a személyek országának jóléti szintjével.

A szerencsejáték-függőség egy másik fontos befolyásoló tényezője az egyének társadalmi helyzete lehet. Az első vizsgált tényező az volt, hogy miként változik ennek kialakulása annak függvényében, hogy az egyének hol helyezkednek el az egyedülálló és házasságban élő közötti skálán. A kiinduló feltételezés az volt, hogy minél inkább kevésbé kötött társas kapcsolatban él valaki, annál inkább hajlamos a szerencsejátékokkal játszani és sarkalatos esetben függővé válni. Az adatok elemzése során arra a következtetésre jutottam, hogy a feltételezés igaznak bizonyult. Emellett az adatok elemzése során az is kiderült, hogy akinek gyermeke is van, annál jelentősen kisebb a függőség kialakulásának az esélye. Az elemzés alapján kijelenthető, hogy minél kötöttebb kapcsolatban él egy személy, annál inkább kevésbé lesz igénye a szerencsejátékokra.

Eszközök tekintetében a fő feltevés az volt, hogy minél szélesebb körben elérhető egy digitális eszköz, annál inkább nagyobb a saját magukon függőség jeleit tapasztaló játékosok aránya. A kutatás során az a tendencia rajzolódott ki, hogy az adott eszközön játszó és magán függőség jelét megfigyelő egyének aránya nagyjából megegyező minden eszköz kategóriában. Körülbelül a játékosok fele figyelt már meg ilyen tüneteket önmagán. A kitöltések alapján a stratégia játékok bizonyultak azon kategóriának, amely játékosai leginkább hajlamosak függőkké válni. Ez teljesen megfelel annak a ténynek, hogy a hosszú távú célokat kínáló játékok okoznak függőséget. Ebben az esetben a tézis hamisnak bizonyult, mivel nincs összefüggés az eszköz kategóriák felhasználóinak tekintetében.

A költési szokások vizsgálatakor arra a következtetésre jutottam, hogy az elköltött pénz összege fordítottan arányos az egyén gyermekeinek számával, a kapcsolatának kötöttségével és a játékra használt eszköz hordozhatóságával.

A megvizsgált szempontok alapján négyből három kategóriában azt tapasztaltam, hogy valamilyen tényező befolyására változik a játékokhoz való hozzáállás. Összességében megállapítható, hogy igaznak bizonyul a kérdőíves kutatás fő hipotézise.

FORRÁSOK

Nyomtatott források

Adams, Mackenzie, and Maged Makramalla. "Cybersecurity skills training: An attacker-centric gamified approach." *Technology Innovation Management Review* 5.1 (2015).

Ambermoon, Polly, et al. "Impulse control disorders in patients with Parkinson's disease receiving dopamine replacement therapy: evidence and implications for the addictions field." *Addiction* 106.2 (2011): 283-293.

American Psychiatric Association, D. S., and American Psychiatric Association. *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-5*. Vol. 5. Washington, DC: American psychiatric association, 2013.

American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental diso*

Asch, Solomon E. "Opinions and social pressure." *Scientific American* 193.5 (1955): 31-35.

Balodis, Iris M., et al. "Diminished frontostriatal activity during processing of monetary rewards and losses in pathological gambling." *Biological psychiatry* 71.8 (2012): 749-757.

Baxter, Alison, et al. "Gender differences in felt stigma and barriers to help-seeking for problem gambling." *Addictive behaviors reports* 3 (2016): 1-8.

Bicen, Huseyin, and Senay Kocakoyun. "Perceptions of students for gamification approach: Kahoot as a case study." *International Journal of Emerging Technologies in Learning* 13.2 (2018).

Binde P. *Gambling advertising: a critical research review*. London: Responsible Gambling Trust; 2014.

Bosworth, Adam. "Keas: Developing a successful game-based employee wellness program." *Games for Health: Research, Development, and Clinical Applications* 1.3 (2012): 189-191.

Bunn, Christopher, et al. "Shirt sponsorship by gambling companies in the English and Scottish Premier Leagues: global reach and public health concerns." *Soccer & Society* 20.6 (2019): 824-835.

Campbell, Anne, and Steven Muncer. "Intent to harm or injure? Gender and the expression of anger." *Aggressive Behavior: Official Journal of the International Society for Research on Aggression* 34.3 (2008): 282-293.

Celtek, Evrim. "Mobile advergaming in tourism marketing." *Journal of Vacation Marketing* 16.4 (2010): 267-281.

Clark, Luke. "Decision-making during gambling: an integration of cognitive and psychobiological approaches." *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences* 365.1538 (2010): 319-330.

Csikszentmihalyi, Mihaly, and Reed Larson. *Flow and the foundations of positive psychology*. Vol. 10. Dordrecht: Springer, 2014.

De Haan, Evert, Peter C. Verhoef, and Thorsten Wiesel. "The predictive ability of different customer feedback metrics for retention." *International Journal of Research in Marketing* 32.2 (2015): 195-206.

De Martino, Benedetto, Colin F. Camerer, and Ralph Adolphs. "Amygdala damage eliminates monetary loss aversion." *Proceedings of the National Academy of Sciences* 107.8 (2010): 3788-3792.

Drummond, Aaron, and James D. Sauer. "Video game loot boxes are psychologically akin to gambling." *Nature human behaviour* 2.8 (2018): 530-532.

Ergle, Daiga. "Fostering Employee Engagement Through Gamification: AirBaltic Forecaster Tool." *Management (18544223)* 10.3 (2015).

Fader, Peter S., and Bruce GS Hardie. "How to project customer retention." *Journal of Interactive Marketing* 21.1 (2007): 76-90.

Flatla, David R., et al. "Calibration games: making calibration tasks enjoyable by adding motivating game elements." *Proceedings of the 24th annual ACM symposium on User interface software and technology*. 2011.

Gainsbury, Sally M., Niko Suhonen, and Jani Saastamoinen. "Chasing losses in online poker and casino games: Characteristics and game play of Internet gamblers at risk of disordered gambling." *Psychiatry research* 217.3 (2014): 220-225.

Georgiou, Konstantina, Athanasios Gouras, and Ioannis Nikolaou. "Gamification in employee selection: The development of a gamified assessment." *International journal of selection and assessment* 27.2 (2019): 91-103.

Hertlein, Katherine M., and Katrina Ancheta. "Advantages and Disadvantages of Technology in Relationships: Findings from an Open-Ended Survey." *Qualitative Report* 19.11 (2014).

Hing, Nerilee, et al. "Demographic, behavioural and normative risk factors for gambling problems amongst sports bettors." *Journal of gambling studies* 32.2 (2016): 625-641.

Hoekstra, Kiera, and Ellen Katz. "Shame in Family Systems With Developmental Trauma." *The Family Journal* 29.3 (2021): 328-335.

Huotari, Kai, and Juho Hamari. "Defining gamification: a service marketing perspective." *Proceeding of the 16th international academic MindTrek conference*. 2012.

Jabagi, Nura, et al. "Gig-workers' motivation: thinking beyond carrots and sticks." *Journal of Managerial Psychology* (2019).

Jain, Aman, and Debolina Dutta. "Millennials and gamification: guerilla tactics for making learning fun." *South Asian Journal of Human Resources Management* 6.1 (2019): 29-44.

Jorge, Carlos Francisco Bitencourt, and Michael JD Sutton. "Games como estratégia na construção e gestão do conhecimento no contexto da inteligência organizacional." *Perspectivas em Gestão & Conhecimento* 6 (2016): 103-118.

Kamanas, Pantelis-Arsenios, Angelo Sifaleras, and Nikolaos Samaras. "Slot machine RTP optimization using variable neighborhood search." *Mathematical Problems in Engineering* 2021 (2021).

Kananen, Johannes, and Murat Akpinar. "Gamification of the sales process at a telecommunications company to improve the motivation of the salesforce." (2015).

Kappen, Dennis L., and Lennart E. Nacke. "The kaleidoscope of effective gamification: deconstructing gamification in business applications." *Proceedings of the first international conference on gameful design, research, and applications*. 2013.

Karlsen, Faltin. "Entrapment and near miss: A comparative analysis of psycho-structural elements in gambling games and massively multiplayer online role-playing games." *International Journal of Mental Health and Addiction* 9.2 (2011): 193-207.

Kim, Bohyun. *Understanding gamification*. Chicago: ALA TechSource, 2015.

Kim, Hyoun S., et al. "Why do young adults gamble online? A qualitative study of motivations to transition from social casino games to online gambling." *Asian journal of gambling issues and public health* 7.1 (2017): 1-11.

- Kim, Jong-Hyeong, JR Brent Ritchie, and Bryan McCormick. "Development of a scale to measure memorable tourism experiences." *Journal of Travel research* 51.1 (2012): 12-25.
- King, Daniel L., and Paul H. Delfabbro. "Predatory monetization schemes in video games (eg 'loot boxes') and internet gaming disorder." (2018).
- Kräplin, Anja, et al. "Dimensions and disorder specificity of impulsivity in pathological gambling." *Addictive Behaviors* 39.11 (2014): 1646-1651.
- Kumar, Hari, and Satish Raghavendran. "Gamification, the finer art: fostering creativity and employee engagement." *Journal of Business Strategy* (2015).
- Larson, Kristi. "Serious games and gamification in the corporate training environment: A literature review." *TechTrends* 64.2 (2020): 319-328.
- Lindsay, Sophie, et al. "Eat, drink and gamble: marketing messages about 'risky' products in an Australian major sporting series." *BMC public health* 13.1 (2013): 1-11.
- Lopez-Gonzalez, Hibai, and Mark D. Griffiths. "Betting, forex trading, and fantasy gaming sponsorships—a responsible marketing inquiry into the 'gambification' of English football." *International Journal of Mental Health and Addiction* 16.2 (2018): 404-419.
- Maniaci, Giuseppe, et al. "Psychodiagnostic assessment of pathological gamblers: A focus on personality disorders, clinical syndromes and alexithymia." *International Journal of Mental Health and Addiction* 13.6 (2015): 728-739.
- Marazziti, Donatella, et al. "Pathological gambling and impulsivity: an Italian study." *Rivista di psichiatria* 49.2 (2014): 95-99.
- Matz, Sandra C., et al. "Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion." *Proceedings of the national academy of sciences* 114.48 (2017): 12714-12719.
- McConnell, Doug. "Narrative self-constitution and vulnerability to co-authoring." *Theoretical medicine and bioethics* 37.1 (2016): 29-43.
- Miller, Carrie Lewis, J. C. Grooms, and Hunter King. "To Infinity and Beyond—Gamifying IT Service-Desk Training: A Case Study." *Performance Improvement Quarterly* 31.3 (2018): 249-268.
- Newall, Philip WS, et al. "Gambling marketing from 2014 to 2018: A literature review." *Current Addiction Reports* 6.2 (2019): 49-56.
- Nunez, Jorge. "A clinical economy of speculation: financial trading and gambling disorder in Spain." *Cultural Anthropology* 32.2 (2017): 269-293.
- Parke A, Harris A, Parke J, Rigbye J, Blaszczynski A. Responsible marketing and advertising in gambling: a critical review. *The Journal of Gambling Business and Economics*. 2015;8(3):21–35.
- Plump, Carolyn M., and Julia LaRosa. "Using Kahoot! in the classroom to create engagement and active learning: A game-based technology solution for eLearning novices." *Management Teaching Review* 2.2 (2017): 151-158.
- Potenza, Marc N. "Neurobiology of gambling behaviors." *Current opinion in neurobiology* 23.4 (2013): 660-667.
- Ralph, Nicholas, Melanie Birks, and Ysanne Chapman. "The methodological dynamism of grounded theory." *International journal of qualitative methods* 14.4 (2015): 1609406915611576.
- Rapp, Amon, et al. "Strengthening gamification studies: Current trends and future opportunities of gamification research." *International Journal of Human-Computer Studies* 127 (2019): 1-6.
- Reber, Arthur S. "The EVF model: A novel framework for understanding gambling and, by extension, poker." *UNLV Gaming Research & Review Journal* 16.1 (2012): 4.
- Schell, Jesse. *The Art of Game Design: A book of lenses*. CRC press, 2008.

Schmitt-Beck, Rüdiger. "Bandwagon effect." *The international encyclopedia of political communication* (2015): 1-5.

Shahri, Alimohammad, et al. "Engineering digital motivation in businesses: a modelling and analysis framework." *Requirements engineering* 25.2 (2020): 153-184.

Simoes, Jorge, Rebeca Díaz Redondo, and Ana Fernández Vilas. "A social gamification framework for a K-6 learning platform." *Computers in Human Behavior* 29.2 (2013): 345-353.

Sox, Carole B., Sheryl F. Kline, and Tena B. Crews. "Identifying best practices, opportunities and barriers in meeting planning for Generation Y." *International Journal of Hospitality Management* 36 (2014): 244-254.

Stadnicka, Dorota, and Ahmet Deif. "A gamification approach application to facilitate lean manufacturing knowledge acquisition." *Management and Production Engineering Review* 10 (2019).

Tabri, Nassim, et al. "Me, myself and money: Having a financially focused self-concept and its consequences for disordered gambling." *International Gambling Studies* 17.1 (2017): 30-50.

Takahashi, Hidehiko, et al. "Norepinephrine in the brain is associated with aversion to financial loss." *Molecular Psychiatry* 18.1 (2013): 3-4.

Taylor, Graeme J., R. Michael Bagby, and James DA Parker. *Disorders of affect regulation: Alexithymia in medical and psychiatric illness*. Cambridge University Press, 1999.

Thomas, Samantha L., et al. "The marketing of wagering on social media: An analysis of promotional content on YouTube, Twitter and Facebook." (2015).

Tom, Sabrina M., et al. "The neural basis of loss aversion in decision-making under risk." *Science* 315.5811 (2007): 515-518.

Trees, Lauren. "Encouraging millennials to collaborate and learn on the job." *Strategic HR Review* (2015).

Urick, Michael. "Adapting training to meet the preferred learning styles of different generations." *International Journal of Training and Development* 21.1 (2017): 53-59.

van Holst, Ruth J., et al. "Distorted expectancy coding in problem gambling: is the addictive in the anticipation?." *Biological psychiatry* 71.8 (2012): 741-748.

Venuleo, Claudia, et al. "Discourses on addiction among gamblers and drug users in treatment. An analysis of the interviews through constrained correspondence analysis." *International Journal of Mental Health and Addiction* 16.1 (2018): 207-224.

Vukmir, Rade B. "Customer satisfaction." *International Journal of Health Care Quality Assurance* (2006).

Warmelink, Harald, et al. "Gamification of production and logistics operations: Status quo and future directions." *Journal of business research* 106 (2020): 331-340.

Watzlawick, Paul, John H. Weakland, and Richard Fisch. *Change: Principles of problem formation and problem resolution*. WW Norton & Company, 2011.

Wozniak, Jacek. "Some factors hindering acceptance of three gamification solutions in motivation systems, in small and medium enterprises." *Management Dynamics in the Knowledge Economy* 5.4 (2017): 663-680.

Xu, Feifei, Jessika Weber, and Dimitrios Buhalis. "Gamification in tourism." *Information and communication technologies in tourism 2014*. Springer, Cham, 2013. 525-537.

Yuval Noah Harari: *Sapiens* (Animus Kiadó, 2015)

Zichermann, Gabe, and Christopher Cunningham. *Gamification by design: Implementing game mechanics in web and mobile apps*. "O'Reilly Media, Inc.", 2011.

Internetes források

5 Gamification examples that make Nike Run Club a top running app (2022. április 10.)
<https://strivecloud.io/blog/app-gamification/gamification-examples-nike-run-club/>

A Detailed Guide to Microgaming's History (2022. április 4.)
<https://www.gamblingsites.com/history/microgaming/>

Jeanne C. Meister: *How Deloitte Made Learning a Game* (2022. április 10.)
<https://hbr.org/2013/01/how-deloitte-made-learning-a-g>

Kahoot! investor relations (2022. április 10.)
<https://kahoot.com/investor/>

Leading mapping apps in the United States in 2021, by downloads (2022. április 10.)
<https://www.statista.com/statistics/865413/most-popular-us-mapping-apps-ranked-by-audience/>

Matthew Handrahan: *Zombies, Run dev Six to Start acquired for \$9.5m* (2022. április 10.)
<https://www.gamesindustry.biz/articles/2021-03-08-zombies-run-dev-six-to-start-acquired-for-usd9-5m>

Nike, Adidas, Puma financial data (2022. április 10.)
<https://www.financecharts.com/compare/NKE,ADDYY,PMMAF/growth>

OTP Simple rövid története (2022. április 10.)
<https://simple.hu/rolunk/>

OTP, Raiffeisen, Erste, UniCredit financial data (2022. április 10.)
<https://www.financecharts.com/compare/OTPBF,RAIFY,EBKDY,UNCRY/growth>

Records Reveal Harvard Lottery to Bolster Early Building Funds--Stoughton and Holworthy Owe Existence to Tickets (2022. április 3.)
<https://www.thecrimson.com/article/1927/3/15/records-reveal-harvard-lottery-to-bolster/>

Ross Cormack: *A Brief History of Gambling* (2022. április 3.)
<https://medium.com/edgefund/a-brief-history-of-gambling-a7f46dbf4403>

Stackoverflow badges (2022. április 10.)
<https://stackoverflow.com/help/badges>

The Editors of Encyclopaedia Britannica: *keno gambling game* (2022. április 4.)
<https://www.britannica.com/topic/keno>

Waze Statistics, User Counts, Facts & News (2022. április 10.)
<https://expandedramblings.com/index.php/waze-statistics-facts/>

NYILATKOZAT

NYILATKOZAT

Alulírott IEPURE RUDOLF, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem,
KÁPOSVÁRI Campus,

PÉNZÜGY Msc szak nappali/levelező* tagozat végzős hallgatója nyilatkozom, hogy a dolgozat saját munkám, melynek elkészítése során a felhasznált irodalmat korrekt módon, a jogi és etikai szabályok betartásával kezeltem. Hozzájárulok ahhoz, hogy Záródolgozatom/Szakdolgozatom/Diplomadolgozatom egyoldalas összefoglalója felkerüljön az Egyetem honlapjára és hogy a digitális verzióban (pdf formátumban) leadott dolgozatom elérhető legyen a témát vezető Tanszéken/Intézetben, illetve az Egyetem központi nyilvántartásában, a jogi és etikai szabályok teljes körű betartása mellett.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*

Kelt: 2022 év 10 hó 24 nap



Hallgató

NYILATKOZAT

A dolgozat készítőjének konzulense nyilatkozom arról, hogy a Záródolgozatom/Szakdolgozatom/Diplomadolgozatom áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A Záródolgozatom/Szakdolgozatom/Diplomadolgozatom záróvizsgán történő védelemre javaslok / nem javaslok*.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*

Kelt: 2022. év 11. hó 20 nap



Belső konzulens

***Kérjük a megfelelőt aláhúzni!**