

SZAKDOLGOZAT

Csábi Attila

2022

Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem

Károly Róbert Campus

Az online játékok gazdasági szerepe és hatása a fiatalok életére

Konzulens:

Buday Gergely

egyetemi tanársegéd

Készítette:

Csábi Attila

gazdaságinformatikus szak

levelező tagozat

2022

1. Tartalomjegyzék

1.	Tartalomjegyzék	3
2.	Bevezetés	4
3.	Irodalmi áttekintés	6
3.1.	Játékosok	6
3.2.	Játékfejlesztők	6
3.3.	Játékplatformok	8
3.4.	Játékstreaming és az e-sport	12
3.5.	A bevételt termelő üzleti modellek.....	14
3.6.	A játékok és a fiatalok kapcsolata	19
3.7.	A játékok negatív hatásai a fiatalokra	19
3.8.	A játékok pozitív hatásai a fiatalokra	21
3.9.	A játékok hatása a nyelvhasználatára	23
4.	Anyag és módszer	25
5.	Eredmények és értékelésük.....	27
6.	Következtetések és javaslatok	42
7.	Összefoglalás	44
8.	Irodalomjegyzék	46
9.	Táblázatok és ábrák jegyzéke	49
10.	Nyilatkozatok.....	51
10.1.	Konzultációs nyilatkozat	51
10.2.	Hallgatói nyilatkozat.....	52

2. Bevezetés

A technika fejlődése, a számítógépek és mobileszközök elterjedése, az internet térnyerése révén az online játékok használata is a mindennapok részévé vált. Ezen játékok célközönsége nem csak a fiatalabb korosztály, hiszen az idősebbek számára is kiváló szórakozási forma. Manapság az emberek nagy része rendelkezik mobiltelefonnal, melynek a telefonhívás funkciója egyre inkább háttérbe szorul, és a használat leginkább a tartalomfogyasztásra összpontosul. A fiatalabb korosztály már beleszületett ebbe a digitális világba, erős kapocs köti őket ehhez a világhoz. Az online játékok azon túl, hogy remek kikapcsolódást nyújtanak, segítenek ellazítani és levezetik a mindennapi feszültséget, mára a szociális interakciók színhelyévé is váltak.

A pandémia idején még inkább felértékelődött az online játékok szerepe, és minden eddiginél többen kezdték el használni ezeket a játékokat. A digitális játékkultúra a hétköznapiak részévé vált, és mára világszinten egy közel 200 milliárd dolláros gazdasági ágazattá fejlődött, mely egyre nagyobb célközönséggel rendelkezik. (WIJMAN T. 2022) A megnövekedett felhasználói igények lehetőséget biztosítottak az élő közvetítések és a sportrendezvények népszerűségének növekedésére. Az ilyen hatalmas gazdasági teljesítménnyel rendelkező játékipar, valamint az online játékok hatalmas felhasználói tábora is jelzi, hogy a téma jelentőségét vitatni sem lehet.

A dolgozatom témája az online játékok gazdasági szerepe és hatása a fiatalok életére. A témaválasztásom alapja, hogy mindig is vonzott a játékok világa. Gyermekkoromban én is sok időt töltöttem el, az akkor még csak számítógépen és majd játékkonzolokon létező játékok használatával. Azért döntöttem a téma mellett, mert érdekelt, hogy milyen változások mentek végbe azóta, amikor még én is aktív része voltam ennek a világnak, és így lehetőségem nyílik a téma széleskörű megismerésére, illetve annak kielemezésére.

A szakdolgozat további részeiben megvizsgálom és részletesen bemutatom a játékosok számának alakulását, az elérhető játéklatformákat és jelentőségüket, a játékipari fejlesztő és kiadó cégek helyzetét, a játékstreaming és az e-sport ökoszisztémát, a bevételszerzéshez alkalmazott különféle üzleti modelleket, a játékosok kapcsolatát a játékkal, a játékok negatív illetve pozitív hatásait, valamint a játéknak a nyelvhasználatra gyakorolt jellemzőit.

A kutatásom célja, hogy a vizsgálat eredményeit összefoglalva és ezekből a megfelelő következtetéseket levonva, pontosabb képet kapjunk a fiatalok játékhasználati szokásairól.

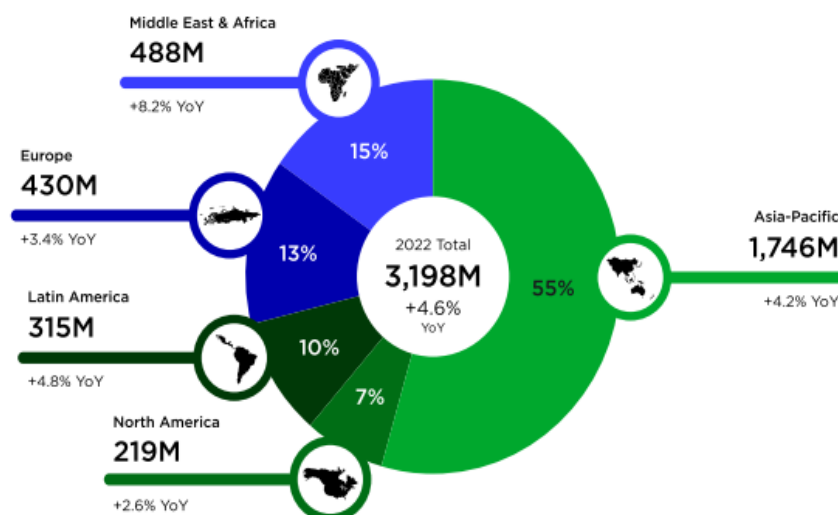
Az általános játékkal kapcsolatos sztereotípiákat megvizsgálva, az egyes válaszok közötti összefüggések keresése és azok ismertetése a feladatom. A téma általános vizsgálódásán kívül a főbb kérdések, melyre a válaszokat keresem: a játékok használati idejének és az általuk okozott negatív hatások közötti összefüggés, a játékosok és az első játékhasználat ideje közti kapcsolat, a játékok és a hozzá kapcsolódó szülői kontroll hiánya. Segítségül a játékhasználattal kapcsolatos egyéb magyar kutatásokkal is összevettem az eredményeket, melyek nagyrészt megerősítették a kutatási munkám helyességét. A témával kapcsolatosan igyekeztem olyan kéréseket is feltenni, illetve olyan összefüggéseket vizsgálni, melyeket előttem még nem végeztek.

3. Irodalmi áttekintés

3.1. Játékosok

Világszinten a játékosok száma 2022-ben eléri a 3,2 milliárdot, mely 4,6% növekedés az előző évhez képest, melynek növekedési ütemének a mértékét főleg a feltörekvő országok piacai mozgatják. Ezen Ázsiai, Afrikai illetve a Latin-Amerikai térségek hatalmas növekedési potenciállal rendelkeznek. A feltörekvő térségek országaiban az óriási mértékben növekvő lakosság, a jobb infrastruktúra és a megfizethető internet előfizetés elterjedése a mobileszközök számának a növekedését eredményezi, mely több játékost is jelent.

1. ábra: Játékosok számának alakulása világszinten - 2022



forrás: (WIJMAN T. 2022)

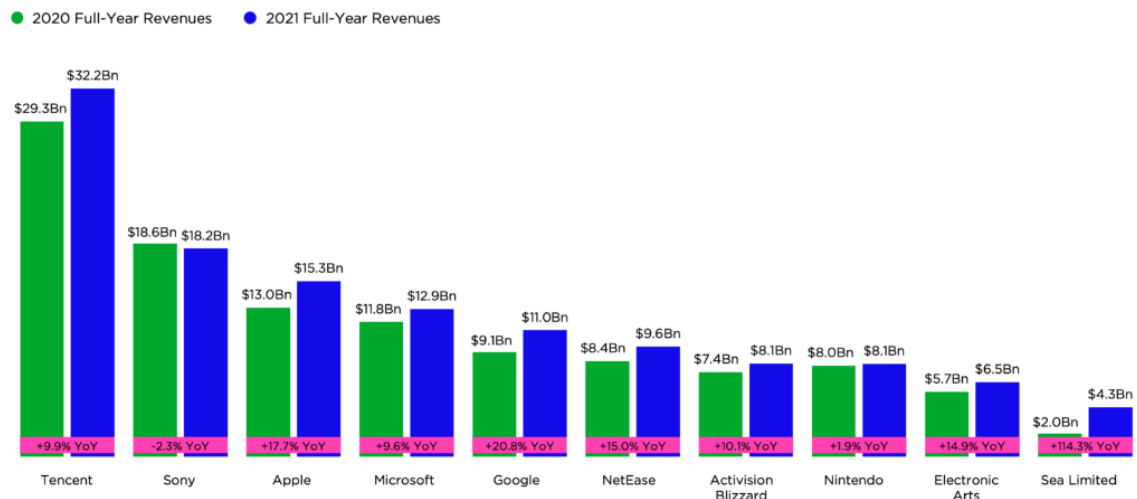
A játékok népszerűsége egyre csak növekszik nem csak a fiatalabb, de az idősebb generációk körében is. A játékosok számának növekedésével a játékpiacon bevétele is folyamatosan növekszik, 2025-re már 3,5 milliárd játékoshasználót prognosztizálnak. Ezen előrejelzés még óvatosságnak is mondható, hiszen 2020-ban ugyanezen cég, a 2022-es évre 2,95 milliárd fős játékosszámot vetített előre. (WIJMAN T. 2022)

3.2. Játékfejlesztők

A játékfejlesztői iparág jelenleg számos független fejlesztőből és játékkiadó cégből áll, de ezek közül csak néhány nagyobb szereplő rendelkezik meghatározó szereppel a piacon.

Ezen cégek egy része kizárólag csak fejlesztői és kiadó szerepet lát el, mint például az Activision Blizzard és az Electronic Arts, míg mások a szoftver mellett hardver eszközöket is fejlesztenek, például a Sony és a Microsoft.

2. ábra: A 10 legnagyobb bevétellel rendelkező játékgyártó



forrás: (BUJISMAN M. 2022)

A játékbevételek alapján a tíz legnagyobb játékforgalmazó összesen 126 milliárd dollárnyi forgalmat bonyolított le 2021-ben, ami éves szinten 10,2%-os növekedést jelent. A kisebb vállalatok még ennél is nagyobb mértékben tudták növelni a bevételüket.

Bevételei alapján a kínai Tencent az elsőszámú játékcég, melynek 2021-ben a bevétele elérte a 32,2 millió dollárt, ezzel 9,9%-os növekedést produkált az előző év azonos időszakához képest. Legnagyobb sikere a 2015-ben kiadásra került Honor of Kings, mely a világ egyik legnépszerűbb játéka az iOS és Android rendszerű mobileszközökön. A vállalat a Netflix streaming médiaszolgáltató Arcane névvel ellátott műsorán keresztül is jelentős profitra tett szert, ami a League of Legends történeteire és a játékban fellelhető karakterekre épül.

A Microsoft időben felismerve a benne rejlő lehetőségeket 2018-ban elindította az Xbox Game Pass szolgáltatását, melyben közel 200 különböző játék teljes kiadásához férhetünk hozzá Xbox konzolon és PC-n, illetve az Xbox Cloud Gaming szolgáltatáson keresztül már az iOS és Android rendszerrel rendelkező eszközök mellett, a legújabb okostévék némelyikével is futtathatunk játékokat. A szolgáltatás hihetetlen népszerűségnek örvend, hiszen az előfizetők száma 2022-ben átlépte a 25 milliót. (BUJISMAN M. 2022)

A 2020-as világjárvány nagyban hozzásegítette a játékkonzolok iránti keresletet, ezzel is segítve a Nintendo és a Sony vállalatot a pénzügyi céljainak eléréséhez. A versenytársak sikereit látva, a játékkínálatot és a felhőalapú játékszolgáltatásokat is folyamatosan bővítik ezen cégek a PlayStation Plus és a Nintendo Switch innovációi révén.

A SEA Limited cég, melyből a Tencent 18,7%-os részesedéssel rendelkezik, a Garena Free Fire játékának köszönhetően 114,3%-os növekedést ért el, mellyel 2019-ben a világszerte legtöbbet letöltött mobiljáték címet is elnyerte.

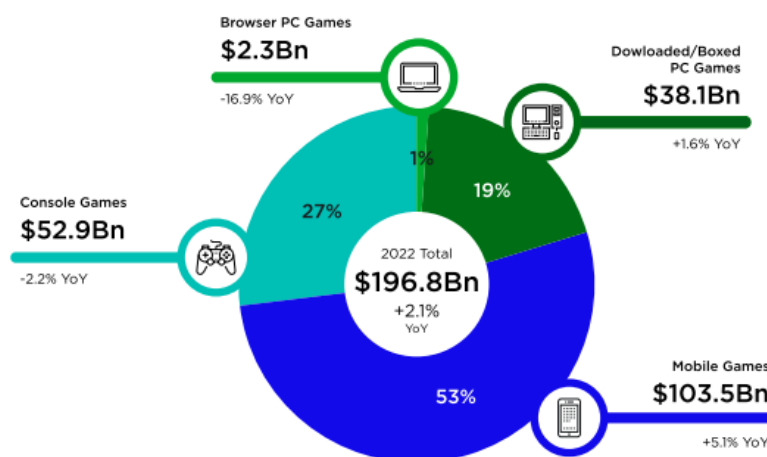
2022 első negyedében megtörtént a játékkiadó szektor két legnagyobb felvásárlása, mely a tíz legnagyobb játékkiadó sorrendjét is megváltoztatta. A Microsoft az Activision Blizzard-ot, a Zynga a 2021-ben, az akkor tizenegyedik legnagyobb Take-two nevű céget vásárolta fel.

Az előző évek piaci alakulásait megfigyelve, és az előrejelzések szerint pénzügyi szempontból a 2022-es év is remeknek mondható. Azon játékgyártó és fejlesztő cégek, melyek megfelelő stratégiával rendelkeznek, és időben reagálnak az előttük álló kihívásokra, azok a jövőben is sikeres vállalkozások lehetnek. (BUJISMAN M. 2022)

3.3. Játékplatformok

Világszinten a játékpiacon 2022-ben elért 196,8 milliárd dolláros bevételének eléréséhez az egyes platformok különböző mértékekben járultak hozzá.

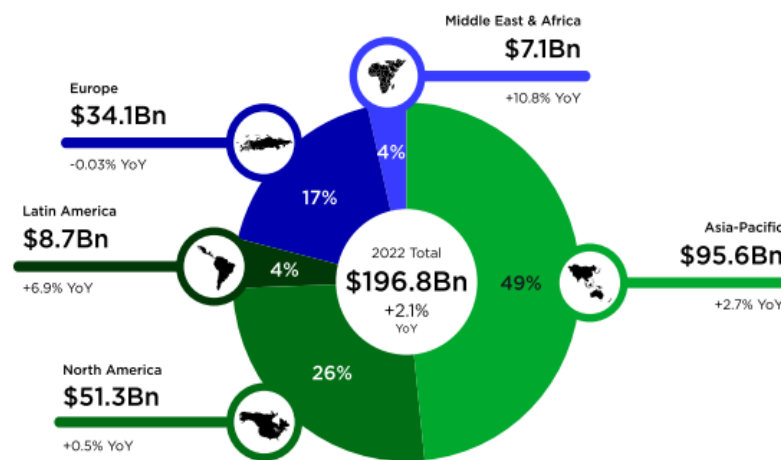
3. ábra: A globális játékpiacon bevétele platformonként 2022-ben



forrás: (WIJMAN T. 2022)

2022-ben a piaci szegmens legnagyobb részét (53%-át) a mobiljátékok adják, éves szinten 5,1% növekedés mellett, évi 103,5 milliárd dolláros bevétellel. Észrevehető, hogy a PC-s játékok csak a piac 21%-át teszik ki 40,4 milliárd dolláros bevétel mellett. A konzol játékok 27%-os piaci részesedéssel rendelkeznek, ami a 2021-es évhez képest 2,2%-os csökkenést, 52,9 milliárd dolláros bevételt jelent. A konzolok által hozott számok mértékét befolyásolta az a tényező is, hogy a PlayStation 5 és az Xbox Series X gépek gyártásához szükséges félvezetők hiány alakult ki, így pedig nem tudtak elegendő mennyiséget eladni. (WIJMAN T. 2022)

4. ábra: A globális játékipiac bevétele régióként 2022-ben



forrás: (WIJMAN T. 2022)

A játékipiaci összbevételek majdnem a fele az Ázsiai régióból származik, ami nem meglepő már csak a lakosság számát tekintve sem. Bevételi szempontból Észak-Amerika 26%-kal a második legjobb régió. Az európai régió, bár a 17%-os teljesítményével a harmadik legjobb eredményt hozta, ebben a régióban csekély mértékű visszaesés volt az előző évhez viszonyítva. A feltörekvő Latin-Amerikai és Ázsiai térségben tapasztalható a legnagyobb mértékű bevételnövekedés a 2021-es évhez képest. (WIJMAN T. 2022)

Jelenleg az online játékokat használni kívánók számos játéklplatform közül választhatnak. Az elmúlt két évtizedben a játékiparág jelentős fejlődésen ment keresztül, melynek köszönhetően újabb platformok is megjelentek.

Játékkonzolok

A kizárólag játék célra kifejlesztett konzolok használata egyszerűbb, mint egy személyi számítógépé. A játékokat az adott konzol hardver egységeire optimalizálják, ezáltal egy PC-nél gyengébb hardver összetevőkkel is gyorsabb és egyenletesebb játékfutási teljesítmény

érhető el. Az olyan cégek, mint a Sony, a Microsoft és a Nintendo hosszú évek óta meghatározó szerepet játszanak a játékkonzolok gyártása terén.

A konzolok között a legnépszerűbb a PlayStation sorozat volt, melynek első szériájából eddig összesen 100 millió darabot adtak el. A széria a PlayStation 2-vel folytatódott, melyből 155 millió darabot értékesítettek, ezzel minden idők legkeresettebb konzoljává vált. A Microsoft 2001-ben érkezett meg a konzolok világába, az Xbox játékgépével, melyből összesen 24 millió darab került eladásra. A Nintendo mindig is jelentős névvel rendelkezett ebben az iparágban. Sokak számára ezeken a konzolokon keresztül váltak általánosan elérhetővé a videojátékok, létrehozva ezzel egy sok milliárd dolláros iparágat.

A gyártók folyamatosan fejlesztik új generációs konzoljaikat, de emellett több gyártó is megkezdte a konzolok miniatűr formáinak újjáélesztését, (NES Classic, Nintendo Switch) lehetővé téve ezzel a hordozhatóságot a felhasználói számára. Az olyan játékkonzolokra kiadott nagysikerű játéksorozatok, melyek más platformokon nem érhetők el, biztosítják a gyártók számára, hogy a játékok rajongói a következő generációs konzoljukat is megvásárolják. (DEMIRÇIN Y. 2020)

PC

A számítógépek mindig is a legkedveltebb platformok közé tartoztak. Felhasználásának sokoldalósága miatt nem csak az irodai feladatok elvégzésére, de a játékok által nyújtott élmények átélésének is a legrégebb óta használt eszköze. A billentyűzet és egér használatán kívül, olyan játékvezérlők és egyéb kiegészítők csatlakoztatásának a lehetőségével is rendelkezik, amelyek javíthatják a játékelményt. Az olyan tartalomkezelő szoftvereken keresztül, mint a Steam, a PC-s játékok még nagyobb választéka is elérhető, de bizonyos játékok, például a World of Warcraft és a League of Legends csak a személyi számítógépek platformján érhetőek el. (DEMIRÇIN Y. 2020)

Mobileszköz

A technológia fejlődésének köszönhetően a nem is oly régen kialakult mobil platform a játékpiacon legjelentősebb és egyben a legdinamikusabban fejlődő ágazatává vált. Napjainkra a legtöbb ember már rendelkezik okostelefonnal vagy táblagéppel, melyek alkalmasak játékok futtatására. Ezen játékok kifinomultsága távol áll egy PC-s vagy egy konzolos játéktól. A mobileszközök elterjedése olyan mértékűvé vált, hogy az utóbbi időben a játékipart is elárasztották a játékok. A világon a 3,8 milliárdnyi mobileszközt használó ember közül 2,5 milliárd játékra is használja mobileszközét, melyek jelentős része csak alkalmi

játékhasználó. Az iOS és Android rendszerekre megjelent alkalmazások 60%-a játék. (DEMIRÇIN Y. 2020)

Cloud gaming

A felhőalapú játékszolgáltatás egy új és izgalmas lehetőségeket ígérő koncepció, melyben nem kell a játékokat letölteni az adott rendszerre, helyette a játékok futtatása az internet segítségével egy távoli szerveren történik. Ezen havi díjas szolgáltatásokhoz többféle eszközről is csatlakozhatunk, illetve így számos más platformokon elérhető játékokhoz is hozzáférhetünk. (DEMIRÇIN Y. 2020)

Smart TV

A televízióknak gyakran figyelmen kívül hagyott funkciója az online játékhasználat, így az egyik legkevésbé kedvelt játékplatform. Egy okos tv a hozzá csatlakoztatott vezérlőegység segítségével is remek szórakozást nyújthat, és így külön számítógép vagy konzol vásárlása nélkül is játszhatunk. Az elérhető játékok mennyisége jóval kevesebb, és látványvilága is szerényebb a többi platforméhoz képest. Ezeken a problémákon sokat segít a felhőalapú szolgáltatás, de ennek használatára képes eszközök száma jelenleg még nagyon kevés. Egy android rendszerrel rendelkező okostelevízió, viszont a Google Play áruház kínálatában elérhető játékoknak, csak egy részét képes futtatni. (DEMIRÇIN Y. 2020)

Virtuális valóság

A sokak számára még ismeretlen virtuális valóság (VR) technológia legfőbb felhasználási területe a szórakoztatás, de egyre elterjedtebb az oktatás, tudomány, orvoslás és a kereskedelem területén is. A virtuális valóság egy szimulált környezet létrehozása VR headset segítségével, melyben a felhasználó egy háromdimenziós térbe helyeződik. A technológia, mellyel a szem elé vetítik a képet, megtéveszti az emberi agyat úgy, hogy mélységérzetet kelt és elfogadja háromdimenziós valóságnak. A VR hangrendszere a hang irányának és a hangforrástól való távolság pontos szimulációjával elért térbeli hangzás segítségével még hitelesebbé és lenyűgözőbbé teszi ezt a világot.

A felhasználóval érzékeltetett valóság alapvető egysége egy fejre helyezhető headset, a hozzá illesztett fejhallgatóval. A virtuális térben történő élmény fokozása érdekében különféle kiegészítők is csatlakoztathatók a rendszerhez. Egy VR kesztyűvel például a virtuális tárgyak mozgatása lehetséges, egyes modelleknél még a tapintás, de akár a felemelt súly érzékelésének szimulációja is megvalósul. De létezik olyan futópadhoz hasonló eszköz is, mely a felhasználó számára 360 fokos mozgást tesz lehetővé.

A másik hasonló fantasztikus lehetőségekkel bíró technológia a kiterjesztett valóság, angolul Augmented Reality (AR). A virtuális valóságban egy képzeletbeli világ látványa tárul elénk, a valóságos világból teljesen kizárva a felhasználót, ezzel szemben a kiterjesztett valóságban a valódi térben maradván, a valóságban nem létező dolgokat vetítenek bele. A kiterjesztett valóság felhasználásának jó példája a 2016-ban megjelent Pokemon Go játék melyben a mobiltelefon valós kameraképére vetítették rá a mesevilágban létező pokémon lényeket. A valóságot és a virtuális világot így összemosva, az utcákon több millió ember zombiként mászkált, miközben keresgélte a pokémonokat.

Az emberek nagy része jelenleg még nem rendelkezik VR eszközzel, de a technológiai fejlődés következtében a használatuk egyre szélesebb körben terjed majd el. A könnyebb és egyszerűbben hordozható eszközök többféle felhasználást is lehetővé tesznek mind a két technológia számára, így a jövőben ezen eszközök segítségével akár kommunikálhatunk is. Ez azt is jelentheti, hogy a mobiltelefonokat teljesen felválthatják a jövőben megjelenő okos szemüvegek. (BARDI J. 2019)

3.4. Játékstreaming és az e-sport

Az elmúlt évtized során a technológia fejlődése miatt a videojátékok jelentős változásokon mentek keresztül, és globális népszerűsége tettek szert. A játékok már nem csak a játékfejlesztő és kiadó cégek számára jelent hatalmas bevételeket, hanem a streamerek és az e-sport játékosok számára is.

Ezek nem is oly régen még nem létező fogalomnak és szakmának minősültek, de mára mindkettő igen jól jövedelmező játékipari ágazattá nőtte ki magát. A streamer és az e-sportoló kifejezés nagyon hasonló egymáshoz, olyannyira, hogy sokszor össze is keverik őket. Ugyanis amellett, hogy mindketten rengeteg időt töltenek a játékokkal, a legnagyobb különbség az, hogy a streamerek a saját játékmenetüket azért közvetítik az interneten keresztül, hogy azt mások is láthassák, az e-sportolók játéka pedig a versenyzésről szól, melyet a televízióban vagy ugyanúgy az interneten élőben közvetíthetnek.

Az e-sport játékosai a hagyományos sportolókhoz hasonló módon, az ellenfelek legyőzésén fáradoznak, sokszor szerződnek neves csapatokhoz. A streamerek ritkán vesznek részt efféle versengésben, a játékközvetítés kommentálásával önmagukat menedzselik. De a két tevékenység össze is fonódhat, amennyiben az e-sportoló versenyen kívül saját játéktevékenységét streameli.

Az e-sport közvetítésekkel járó feladatok a liga irányítása alatt vannak, így az e-sport játékosoknak csak a jó helyezés elérésére kell koncentrálniuk. A streamereknek ezzel szemben a játékon kívül még számos dologra kell figyelniük, ki kell választani a legmegfelelőbb streamelési platformot, amelyen keresztül elérik majd azt a nézőközönséget, akik rendszeresen vissza is térnek. A legnépszerűbb Streaming platformok, a Twitch, a Facebook Gaming és a Youtube live.

Az e-sport játékosok bevételi forrása a fizetésből, a versenydíjakból és a szponzorálási díjakból tevődik össze. A havi fizetések a csapatoktól és az egyéni teljesítményektől függően igen eltérőek lehetnek. A versenydíjak a rendezvény nagyságától függően, több millió dolláros nyereményalappal is rendelkezhetnek. A profi játékos által hirdetett márkanév mind a játékos, mind pedig a szponzorok számára is több bevételt jelent.

A streamereknél a bevétel magából a közvetítésből származik. De platformtól függően, további bevétele származhat még az előfizetésekből, a hirdetésekből és a különböző adományokból. A streaming tevékenységből származó bevételeknek felső határa nincs, volt idő, hogy a népszerű Ninja nevű streamer akár 500 ezer dollárt is megkeresett havonta.

Az e-sport játékos pályafutása nagyon rövid, átlagosan csupán egy-két év. Sok e-sport játékos a karrierje befejeztével elkezd a saját játéktevékenységét streamelni, és mindezt addig folytathatja, amíg magánál tartja a nézőközönségét.

Nézőszám tekintetében az e-sport közönsége 2022-ben eléri az 532 millió főt, de a folyamatosan növekvő népszerűségének köszönhetően 2025-re akár 640 milliós nézőközönség is várható. A jelenlegi közönség kicsivel több, mint a felét az alkalmi nézők teszik ki. A globális e-sport piac bevétele 2022-es év végéig, valamivel több, mint 1,38 millió dollár lesz, mely további előrejelzések szerint 2025-ben már valószínűleg eléri majd az 1,87 milliárd dollárt. A teljes e-sport piac bevételeinek egyharmadát Kína tesz ki. A legnagyobb bevételi forrást a szponzorok jelentik, melyek az összbevétel 60%-át teszik ki. (TRISTAO H. 2022)

A játékok élő közvetítésének népszerűsége továbbra is töretlenül növekszik, így a nézőszám még 2022 végére eléri majd a 921,2 millió főt, ami 13,8%-os növekedést jelent az előző évhez viszonyítva. A streaming játékeseményeket 2025-ben előreláthatóan 1,4 milliárdan követik majd világszerte. Az élő közvetítések nézőszáma tekintetében továbbra is Kína rendelkezik a legnagyobb piaccal, a legdinamikusabb növekedéssel pedig Latin-Amerika, Észak-Afrika és a Közel-Kelet rendelkezik. (CHIOVATO L. 2022.)

3.5. A bevételt termelő üzleti modellek

A fejlesztők illetve a játékkiadók számára a bevételszerzés maximalizálása érdekében kiemelkedően fontos a megfelelő üzleti modell kiválasztása, mely a vállalat értékesítési stratégiája. Ahogyan a technológia és a videojátékok fejlődnek, úgy változnak a különböző üzleti modellek is. Ma a játékokban alkalmazott bevételszerzési stratégiák sokkal összetettebbek, mint amilyenek korábban voltak. A játékok között gyakran találni olyat, mely a játékosok fogyasztói igényének és a bevétel növelésének érdekében, egyszerre akár több modellt is alkalmaz.

A „pay-to-play” (fizess és játssz) modell

A játékok értékesítésének hagyományos módszere, melyben a játékos az egész játékot megvásárolja, még mielőtt játszana vele. Az egyik legkorábban alkalmazott modell szerint a játékok fizikai boltokban értékesített adathordozókon keresztül kerültek megvásárlásra, melyet a későbbiekben felváltott a webáruházak értékesítés. Napjainkra ez oly módon változott, hogy a játékok egyre inkább digitális formában, online áruházakon keresztül kerülnek eladásra (pl.: Steam).

A teljes játék a megvétel után használható, minden egyéb külön befizetés, vagy valamilyen kiegészítő vásárlása nélkül. Így viszont a játékosnak előzetesen viszonylag magas összeget kell kifizetni a játékelményért cserébe. Ezen értékesítési módszert alkalmazók azzal a problémával szembesülnek, hogy így mindenki ugyanolyan összeget fizet ki, miközben lennének olyanok is, akik többet is elköltenének a játékra, de ezt nem tehetik meg. Ezt egyes játékoknál úgy oldják meg, hogy felkínálnak belőle egy extra tartalmakkal ellátott gyűjtői változatot, így a játékért leginkább rajongók többet kapnak a játékból, a kiadók pedig további bevételhez jutnak. (ROCKETBRUSH 2022)

A „free-to-play” (ingyenesen játszható) modell

A free-to-play modell szerint a játék ingyenesen játszható, melyben az alapvető funkciók használata díjmentesen biztosított. A kiadó számára a bevételszerzés további funkciók és szolgáltatások megvásárlásával történik. A módszer először a szoftverszektorban került alkalmazásra, ahol a program alapvető funkcióit az ingyenes próbaverzió tartalmazta, majd a szoftver megvásárlását követően a termék összes funkciója elérhetővé vált. A játékoknál az ingyenességért cserébe vagy korlátozott ideig használhatók, vagy egyes műveletek elvégzése, vagy a virtuális javak megszerzésének lehetősége korlátozott.

A legszélesebb körben alkalmazott üzleti modell, mert az ingyenesség révén a fejlesztők nagy felhasználói tömegeket érnek el. A nagy felhasználói bázis még több új felhasználót vonz, mely több olyan játékost is jelent, melyek hajlandók pénzt is költeni a játékban.

A játékban megszerezhető javak értékesítése rugalmas, a különböző játékosok számára vonzó alternatívákat kínálnak, és a játékosok eltérő mértékű összegeket hajlandók elkölteni. Az így megnyert új felhasználók megszerzésének költségei alacsonynak, mely a kiadó vállalat számára nagyobb profitot jelent. Folyamatos a törekvés a felhasználók fizetési hajlandóságának növelésére, hiszen a fizető játékosok aránya a modell alkalmazása esetén 1% és 5% között mozog. Pszichológiai szempontból a virtuális tárgyak vásárlásának szándéka nem csak az egyén saját szükséglete, hanem egyfajta társadalmi motiváció is, ami az ismerősök lenyűgözését jelenti. Ezen modellt alkalmazó játékok további jellemzője, hogy a játékmenet végtelen, határozatlan ideig történő használatot tesz lehetővé. Az ingyenes játékok az elmúlt néhány évben hatalmas népszerűsége tettek szert, különösen igaz ez a mobil eszközön használt játékok esetében. (FLUNGER R., MLADENOW A., STRAUSS C. 2017)

A „Downloadable content (DLC)” (letölthető tartalmak) modell

A DLC a manapság kiadott konzol-, PC- illetve mobiljátékok nagy részénél alkalmazott üzleti modellé vált. Igaz a mobiljátékok esetében sokszor a játékfrissítés részeként kínálnak új tartalmakat, ahelyett, hogy azok külön letöltendő elemként szerepelnének. Ez jelentős változás ahhoz képest, ahogyan a játékokat a kezdetekben forgalmazták. A DLC modell megfelelően kidolgozva és alkalmazva rendkívül hatékony marketing lehetőség a játékfejlesztők és a kiadók számára. Igen eredményes stratégia, mely remekül kihasználja a játékosok fizetési hajlandóságát azáltal, hogy minél többet megszerezhetnek abból, amit szeretnének.

A DLC-k többféle megjelenésben is létezhetnek, a tartalom jellegétől és a platformtól függően gyakran más-más kifejezéssel illetik. Az alkalmazáson belüli vásárlások gyakran DLC-k, de ez nem minden esetben van így. A DLC-k ugyanis lehetnek még karakterek, skinek, térképek, fegyverek, játékmódok vagy akár teljesen új játékok, melyet ugyanazzal a játékmotorral készítettek. Megtalálhatók többféle méretben is, egészen a kisméretű és könnyen fejleszthető műalkotásoktól, a több gigabájt méretű, akár egy évnél is hosszabb fejlesztési idejű játékmódig.

A játékokban egy adott műfajon és platformon belül hasonló mintájú DLC-k találhatók. A konzolos FPS játékokban a letölthető tartalom általában egy térképrészlet, új küldetésekkel. Szintén a konzolokra jellemző, hogy az alapjátékokhoz szezonbérletet is kínálnak, melyekkel számos új küldetés válik elérhetővé. Ezt a lehetőséget kedvezményesen kínálják, sokszor az alapjáték megjelenésével egyidejűleg, rábírva ezzel a fogyasztót, hogy a kihagyhatatlannak tűnő ajánlat révén megvásárolja a játékot a szezonbérlettel együtt.

A PC-s játékok más mintákat követnek, itt a DLC az időszakonként kiadott bővítőcsomagokat jelenti. A népszerű World of Warcraft is kb. másfél évente jelentet meg bővítőcsomagokat, melyekkel új területek, karakterek és sok egyéb változás kerül a játékba, fenntartva a folyamatos érdeklődést a játék iránt. A League of Legends játék letölthető tartalmát a skinnek, fegyverek és különböző harcot segítő fogyóeszközök teszik ki.

A modell használatának veszélye is vannak, ugyanis a megvásárolható dolgok árának egyensúlyban kell lennie a játék során a felhasználó számára nyújtott értékkel, különben a játékos átverve érezheti magát. A vásárlási lehetőségek sokasága is veszélyt rejt magában, mert a választék bősége zavaró lehet, különösen az új játékosok esetében. Előfordult olyan is, hogy egy szerény tartalommal kiadásra került alapjátékot, csak a hónapokkal később megjelenő sokadik DLC-k után tekintettek teljes értékű játéknak.

Az ilyen modellt alkalmazó játékokban hatalmas bevételszerzési lehetőség van, de nem megfelelően alkalmazva kiválthatja a játékosok ellenszenvét, és a játék nem lesz nagy sikerű. A DLC-k helyes alkalmazása azt eredményezheti, hogy a játék népszerűsége sokáig fennmarad, mely a kiadó számára hosszútávú és rendszeres bevételt eredményez. (PETERSON S. 2016)

A „Subscription” (Előfizetési) modell

Napjainkban számos iparág sikeresen alkalmazza az előfizetési modellt, mely a játékiparban egy viszonylag új és feltörekvő trendnek számít. Népszerűsége gyorsan felülmúlta a játékok értékesítésének hagyományosnak mondható modelljét. Az ilyen üzleti modellt alkalmazó játépiaci szereplők termékeiért vagy szolgáltatásaiért cserébe a felhasználók heti, havi vagy éves díjat fizetnek.

Az előfizetési szolgáltatás népszerű a játékosok körében. Egy globális felmérés szerint a játékosok 35%-a rendelkezik ilyen szolgáltatással, illetve ezen felhasználók 9%-a több

előfizetéssel is rendelkezik, aki pedig nem, azok 71%-a is fontolóra venné több előfizetés vásárlását is.

A modell használata mind a játékipari szolgáltatók, mind pedig a játékosok számára előnyös. A szolgáltató cég számára egy rendszeres és kiszámítható bevételt jelent, illetve a szolgáltatás iránt elkötelezett játékosbázist eredményez. A felhasználó számára pedig viszonylag alacsony havidíjért cserébe lehetőséget biztosít újabb játékok kipróbálására. A fogyasztók a játék birtoklása helyett egyre inkább előtérbe helyezik az előfizetéses konstrukcióban elérhető szolgáltatásokat. Így a játékosok olcsóbban, és nagyobb tartalomhoz férnek hozzá, mely még aktívabb játékhasználatot fog eredményezni.

A legnagyobb riválisa a free-to-play játékmódnak, különösen a mobil platformon, ahol szinte naponta jelennek meg ingyenesen játszható játékok. Így a versenyképes árakon kínált, jól megválasztott tartalom kulcsfontosságú tényező az előfizetési modell hatékony megvalósításához. Összességében egészen biztos, hogy néhány éven belül az előfizetési modell használata egyre nagyobb szerepet kap majd a játékpiacon. (JOYMECAPITAL 2020)

A „play-to-earn” (játssz és nyerj) modell

A játékipar legfiatalabb szereplője a play-to-earn üzleti modell, mely a legújabb blokklánc technológia alkalmazásával pénzkereseti lehetőségeket biztosít a játékokat használók számára. A modell bár újnak számít, de gyökerei az MMORPG műfajú játékokban rejlik. Ilyen volt az az elsők között megjelenő World of Warcraft, mely a játékosok által irányított saját gazdasággal rendelkezett, melyben különféle virtuális javakkal kereskedhettek a felhasználók, ezáltal bevételre tettek szert. A pénzkeresés sok játékos számára ösztönzően hatott, hogy még többet játszanak, és még többen elkezdjék használni ezeket a játékokat. (GLOVER E. 2022.)

A napjainkra kialakul play-to-earn modellt alkalmazó játékokat kriptójátékoknak is nevezik, melynek használói kriptovalutákat vagy NFT-eket szerezhetnek a játékok során, melyek a játékos tulajdonába kerülnek. Az így kapott digitális eszközök kereskedésére és értékesítésére is lehetőség nyílik a különböző online piacokon vagy kriptovaluta tőzsdéken, ahol akár fiat pénzre is válthatók.

A fejlesztők a játékokban kapott tokenekkel ösztönzik a játékosait, hogy minél több időt szenteljenek az adott játéknak. Ezek a tokenek a játékon belül használhatók, de

némelyek a valódi gazdaságban is jelentős értékkel rendelkeznek. A coinmarketcap.com adatai szerint a teljes játéktoken piac értéke több mint 12,8 milliárd dollár. Jelenleg a legnagyobb piaci kapitalizációval az Apecoin (APE) rendelkezik 2,2 milliárd dollárral, a második helyen a Decentraland (MANA) tokenje 1,8 milliárd dollárral, a harmadik pedig a Sandbox (SAND) 1,6 milliárd dollárral. (DUGGAN W. 2022)

A legismertebb kripto alapú játék az Axie Infinity, a napi 2,8 millió felhasználójával. A játék a Fülöp szigeteken és Venezuelában élő emberek számára valamikor teljes munkaidős álláslehetőséget biztosított, az ügyesebb játékosok több száz vagy akár ezer dollár értékű tokent is megkerestek havonta. (GLOVER E. 2022.)

A tokenek és az NFT-k befektetési célú használata is lehetséges, mely jelentős kockázattal jár, ugyanis az értékük rendkívül volatilis, mert ki vannak téve a kereslet-kínálat dinamikájának. Bár a blokklánc technológia biztonságos, de a játékmotor, a piacterek vagy a tokeneket tároló digitális pénztárcák feltörhetők. 2022 év elején az Axie Infinity játékosaitól hackerek 617 millió dollárnyi kripto valutát loptak el. (DUGGAN W. 2022)

A play-to-earn modellel egyetemben megjelentek a metaverzumok, melyek alapja szintén a blokklánc technológia. A metaverzum egy olyan virtuális világ, melyben a felhasználók a digitális avatarjaik segítségével léphetnek kapcsolatba egymással, ahol nem csak játszhatnak, de akár dolgozhatnak is. A kiterjesztett- és a virtuális valóság technológiák alkalmazása is a metaverzumok része, bár nem feltétlenül szükséges, hiszen bármilyen eszközről elérhető virtuális világ is lehet metaverzum.

A metaverzumokba rejlő hatalmas üzleti lehetőség olyan mainstream cégek érdeklődését is felkeltette, mint a Facebook, a Microsoft, az Adidas vagy a Samsung. A Facebook olyannyira komolyan gondolja, hogy Meta névre keresztelte át magát, illetve tervei között szerepel, hogy a való életben létező tárgyak, sőt emberek digitális másait is behelyezzék saját metaverzumukba. (NFTINSIGHT 2022.)

A metaverzumok kialakítása jelenleg is folyamatban van, ezért nehéz lenne megjósolni, pontosan hogyan is fog majd kinézni. A koncepció az, hogy a virtuális világokban létező gazdaságok ne csak hasonlítsanak a valódihoz, hanem fonódjanak is össze. Az alkotóelemei már láthatóak, hogy mik is lesznek, de minden cég a saját vízióját igyekszik megvalósítani. (FLACHNER B. 2022)

3.6. A játékok és a fiatalok kapcsolata

A fiatalok számos különböző ok miatt választják az online játékokat. Igen élvezetes és komplex szórakozási forma, mely hosszú ideig képes leköti az emberek figyelmét. A játékok használata stresszoldó hatással is rendelkezik, a mindennapi gondokról veszi el a figyelmet. Egyfajta menekülést is jelenthet a fizikai valóság elől, egy olyan világba lépve, melyben az irányítás az ő kezükben van. Sokak számára a társadalmi interakció nehézséget jelent, esetleg zaklatják is őket, így az online játék lehet az a közösségi tevékenység, amelyben végre biztonságban érzik magukat. Végre egy olyan közösség hasznos tagjainak érezhetik magukat, amelyet a valódi világban nem élhetnek át. Egyes fiatalok számára így barátkozni is könnyebb, mert így nem éri hátrány a kinézete vagy a viselkedése alapján. (BARNARDOS 2020.)

3.7. A játékok negatív hatásai a fiatalokra

Az online játékok mellett, hogy szórakoztató időtöltést biztosítanak, pozitív és negatív hatással is vannak az egyénre. A negatív hatások mindenki számára nyilvánvalóbbnak és súlyosabbnak tűnnek, éppen ezért a különböző tanulmányok is előszeretettel foglalkoznak ezeknek a hatásoknak a kutatásával. A negatív hatások döntő többsége a túlzott játékhasználatnak a következménye. A fiatalok online játéktevékenységeinek korlátokat kell szabni, annak érdekében, hogy a negatív hatások minimalizálhatók vagy elkerülhetők legyenek. Illetve megtalálni az egyensúlyt a játékok és más egyéb tevékenység között, mely számukra az egészséges fejlődéshez elengedhetetlen.

Tanulmányi teljesítmény romlása

A fiatalok mivel szabadidejük nagy részét a játékoknak szentelik, ezért olyan egyéb tevékenységekre, mint a tanulás, sport, hobbi vagy a család, sokkal kevesebb időt tudnak csak fordítani. Nem csak a legfiatalabb korosztálynál tapasztalható, hogy a játék a tanulás rovására megy, de még az egyetemisták esetében is egy online csata sokszor elsőbbséget élvez. A játékelmény prioritása végett, kevésbé tudnak a tanulásra összpontosítani, ez pedig a tanulmányi eredmények romlását idézi elő. (ALAGERELKEY 2021)

Függőség

A fiatalok hajlamosak hosszú időt eltölteni az online játékokkal, közben elveszítik időérzéküket és könnyen a virtuális világ rabjává válnak. A kontroll nélküli és kényszeres játékhasználat az élet egyéb területein is problémákat okoz, és ezzel jelentősen romlik az

egyén teljesítőképessége. A gyengébb személyiséggel rendelkező személy könnyebben befolyásolható, ezért nagyobb eséllyel válik függővé. Minél nagyobb a függőség, annál inkább valószínűbb, hogy más dolgokra már kevésbé tudnak koncentrálni. A függőség pszichés probléma, mely kezelés nélkül, vagy ha nem ismerjük fel időben, akkor különböző egészségügyi és szociális problémákhoz is vezethet. (ALAGERELKEY 2021)

Agresszív viselkedés

A nem megfelelően megválasztott erőszakos tartalommal bíró játék, különösen a függővé vált játékosok esetében agressziót válthat ki. A játékvilágban átélt olyan események hatására, mely nem az elképzeléseik szerint történik, a fiatalok türelmetlenné és idegessé válhatnak. Sok diákot annyira befolyásolnak az online játékok, hogy a virtuális karaktereiket valóságossá alakítják. A problémák megoldását a játékban alkalmazott módon kezelik, és az agresszív viselkedés megszokottá válik számukra. Az ilyen agresszív megnyilvánulásokat azonnal meg kell szüntetni, különben szokássá válhatnak. (ALAGERELKEY 2021)

Társadalmi elszigetelődés

Az online játékok rabjaivá vált játékos, bár átmenetileg megszabadul a valós problémáitól, de minél inkább belemerülnek a játékba, annál valószínűbb, hogy a társasági életüktől elszakadnak. Ez akár részleges vagy teljes társadalmi elszigetelődéshez is vezethet, melyben a személyes kommunikáció nehezebbé válik, a barátkozás vagy a párkeresés érdekében tett erőfeszítések könnyen kudarcba fulladnak. (ALAGERELKEY 2021)

Egészségkárosító hatás

A szórakozásra használt eszközök képernyője, kijelzője előtti játék hihetetlenül káros hatással van az egészségre. Elsődlegesen a hosszabb ideig tartó játék a látást is károsítja. A nagy igénybevételtől az emberi szem a szokásosnál fáradtabbá válik, ami homályos látáshoz és fejfájáshoz is vezethet. A fiatalok egy része képes akár egész nap vagy akár éjjel is játszani, az így fellépő alváshiány eredményeképp ezen egyének kimerültek lesznek. Az ülő testhelyzet a rossz testtartással párosítva különösen negatív hatással rendelkezik, és a különböző testrészek fájdalmait idézi elő. A huzamosabb ideig tartó, nagy hangerőn hallgatott játékhasználat következtében akár halláskárosodás is felléphet. A túlzott mértékű játékhasználatához olyan mentális problémák is társulhatnak, mint a depresszió, a szorongás, az önbecsülés hiánya vagy a demotiváció. (ALAGERELKEY 2021)

3.8. A játékok pozitív hatásai a fiatalokra

A pozitív hatásokra sokan nem is gondolnak, ha online játékokról van szó, pedig ha megfelelően választja ki az ember a játékot, akkor számos előnnyel rendelkezik a játékok használata, még akkor is, ha éppen észre sem veszik.

Motiváció

Mivel nagyon népszerű és kedvelt tevékenység a játék, ezért már a szülők is könnyedén motiválják a gyermeküket, hogy amennyiben kész vannak a tanulással, abban az esetben játszhatnak csak. De nem annyira fiatalon is megmaradhat ez a motiváció, mert a játék utáni vágyakozás hatására a feladatok gyorsabban elvégezhetők.

Problémamegoldó képesség és logika fejlesztése

Ausztrál és Kínai kutatók profi játékosokon végzett kutatása kimutatta, hogy a játék fejleszti a problémamegoldó képességet és a logikát. Az MRI vizsgálattal alátámasztott kutatás megállapította, hogy az ilyen játékosok nagyobb szürkeállománnyal rendelkeznek, mely a gyakorlatban a kognitív képességek javulását jelenti. A játékon belüli célok teljesítése érdekében kialakított sikeres stratégia, a játékosok részéről nagyfokú tervezést és logikus gondolkodást igényel. (CREW B. 2015)

Térlátás fejlesztése

A játékokban megjelenített objektumok között lévő kapcsolatok felismerése, ezeknek a felidézése a vizuális térbeli tájékozódási képességet javítja. A megfelelő térlátás a mindennapok fontos részét képezi a közúti vezetés vagy akár egy településen való eligazodás során. A képesség jól használható a matematika, építészet vagy a meteorológia terén is.

Egy 2012-es tanulmány szerint azok az emberek, akik játszanak, több részletet képesek észrevenni, mely még inkább igaz a látható kép perifériáján található dolgokra. Ez leginkább az FPS jellegű játékok sajátossága, ahol az ellenség vagy az egyéb veszélyforrások korai észlelése különösen fontos. (BLAKELY D. P., WRIGHT T. J. 2012)

Szem-kéz koordináció javulása

Tanulmányok is kimutatták, hogy azon egyének, akik rendszeresen játszanak, azok jobb szenzomotoros képességekre tettek szert. A tanulmányban az egér kurzorral a zöld színű pontok követésének feladata során a nem játékos egyének gyengébben teljesítettek. A szem és kéz mozgatásának pontos összehangolása kulcsfontosságú egyes játéktípusok használata

esetén, de valódi világban elvégzendő feladatok során is segítséget jelentenek. (UTORONTO 2014)

Multitasking képesség fejlesztése

Sok játékban a játékosok számára egyidejűleg több dologra is figyelniük kell, a győzelem érdekében pedig a feladatokat minél pontosabban és gyorsabban kell végrehajtani. Az egyes pályákon a saját karakter irányítása, az ellenség figyelése és egyéb más megjelenő információk feldolgozása közben nem ritka tevékenység a mikrofonos beszélgetés vagy a szöveges chat a csapattársakkal vagy barátokkal. (ADAIR C. 2021)

Gyorsabb és pontosabb döntéshozatal

A gyors játékmenettel rendelkező játékokkal játszóknak gyorsabb és pontosabb döntéseket hoznak a való életben is, mint azok, akik lassabb játékmenetű játékokat használnak, vagy egyáltalán nem is játszanak. Ezen döntéshozatali készség nem csak a játékokban, de a valóságban is, bizonyos munkaköröknél is jelentős értékkel bír. (ADAIR C. 2021)

Fokozott proszociális viselkedés

Egyes játékok elősegítik a játékosok közötti társadalmi interakciókat. A játékosok a közösség részeként nagyobb együttműködést követelnek meg más játékosokkal szemben. Ennek része a játékon belüli hang, illetve szöveg alapú kapcsolattartás a résztvevők között. De éppúgy része a játékon kívüli társadalmi jelleg is, melyben a barátok vagy közvetlen ismerősök beszélgetési témája a játékok világa. A közösségi médiák különböző platformjai, mint például a Twitch vagy a Discord révén, még tágabb szociális lehetőségek nyílnak meg. Azonban érdemes megtartani a személyes és a játékokban kialakított interakcióknak az egyensúlyát, mert a túl sok játék éppen az ellenkezőjét váltja ki, és antiszociálissá tehet. (ADAIR C. 2021)

Csapatmunka

A mai játékok közül több olyan is létezik, melyekben a célok teljesítése a csapattagok szoros együttműködését igényli. A csapattagokkal kialakított győztes stratégia megmutatja, hogy milyen fontos csapatjátékosnak lenni, ezáltal fejleszti a csapatmunkát. Egy 2018-ban készített egyetemi kutatás szerint, azon csapatok, akik együtt már valamilyen csapatépítő tréningen részt vettek, azok jobb teljesítményt értek el a játékokban. Ezen kívül még azt is feltárta, hogy egyes játékok az egyén azon képességét is javítja, hogy minél jobban

együttműködjön a többi csapattal, ami napjainkban, a munka világában a legfontosabb készség. (ANDERSON G., DEAN D.L., GASKIN J.E., KEITH M.J. 2018)

Fizikai aktivitás

Jelenleg még csak a nagyon kevés játékról mondható el, hogy hozzájárulna a fizikai egészség megőrzéséhez, vagy esetlegesen javítana is rajta. A játékok túlnyomó részének használata folyamatos ülő pozíciót igényel, ezzel szemben a VR játékok különböző mozgásra készítik az embert, mindezeket nagyrészt álló testhelyzetben végrehajtva. Ezen VR játékok népszerűsége láthatóan növekszik, a következő évtizedekben várhatóan javít majd a fiatalok mozgásszegény életmódján. De akadnak a play-to-earn műfajban olyan játékok, melyek a rendszeres testmozgásra ösztönöznek azáltal, hogy a mozgásért kriptovalutát kap a játékos cserébe. Ilyen játék a STEPN, mely egy web3 életmód alkalmazás. Az alkalmazás telepítése és egy virtuális cipő vásárlása után, már csak napi rendszerességgel kell a vállalt távokat teljesíteni, sétálással, kocogással vagy futással. (STEPN 2022)

Egyéb képességek

A játékok leginkább angol nyelven érhetők el, így a nem angol anyanyelvűek számára kiváló nyelvtanulási lehetőség is. A kitartás is fejlődik azáltal, hogy a játékos mindaddig próbálkozzon, míg el nem éri a játékbeli célját. A játékosoknak a feladatok teljesítése során a koncentrációs készsége is fejlettebbé válik. (ADAIR C. 2021)

3.9. A játékok hatása a nyelvhasználatára

A számítógépes játékok világában elmerülő játékosok az egymással való kommunikáció során olyan kifejezéseket használnak, amiket egy kívülálló, ezekben a játékos közegekben nem jártas egyének nehezen értenek meg. A játékot használók számára fontos ennek a nyelvnek az elsajátítása, mert nélküle pont olyan elveszettnek érezheti magát az ember, mint egy olyan idegen országba kerülve, melynek a nyelvét nem beszéli. Az nagyrészt angol nyelvből átvett szleng kifejezések segítségével a gamerek közötti kommunikáció érthetőbbé és gyorsabbá válik, illetve a szlenget használó személy is hitelesebbnek is tűnik.

A gamernyelv zárt csoportnyelvként kategorizálható, mert a kívülálló vagy semmit nem értenek belőle, vagy csak a kifejezések pontos jelentésével nincsenek tisztában. A játékosok indíttatása miatt szókinsbéli eltérések tapasztalhatók, mert az olyanok, mint az e-sportolók, akik munkának tekintik a játékot, azok számára ez szaknyelv. Ezzel szemben a szórakozási

célból játszó egyének számára ez hobbinyelv. További különbség a játékhasználat mértékéből adódik a komolyabb és az alkalmi játékosok között. Az egymástól eltérő játéktípust használók szókincse is némileg különbözik, hiszen más-más a játékmenet. Továbbá nem csak az adott játéktípuson belüli játékok között, hanem ugyanazon játéknak a különböző szervereken való használata között is kimutatható különbségek vannak a szleng kifejezések használatában.

Napjainkra a Magyarországon kialakult játékszleng a játékvilágban domináns angol nyelvet használja, de megjelentek köztük magyar kifejezések is, melyek felhasználását a játékosok nagyon kreatívan alkalmazzák az egymás közti kommunikáció megkönnyítésére. Az átvett rövidítések és egyéb átformált kifejezések használatának kezdete és annak a forrásának megállapítása mára szinte lehetetlen feladat. Hazánkban a szleng kialakulásában jelentős szereppel bírtak az 1980-as és 90-es évek számítógépes játékokkal foglalkozó újságjai és magazinjai is. Ezen játéknyelvi kifejezések a 2000-es évek után kezdtek leginkább a nyelvhasználatba megjeleni. A szaksajtóban is egyre jellemzőbbé vált az angoltól átvett szavak használata, a játékos helyett a gamer, a lövöldözős játék helyett az FPS, a szerepjáték helyett a RPG kifejezések kerültek az előtérbe. A kívülállók számára a játékokban használt nyelvezet megértését az interneten számos gamer és e-sport kifejezéseket tartalmazó és jelentéseiket magyarázó szótár segíti.

A technológiai fejlődés, mely az egész játékipar jellemzője, folyamatos változásra készíteti a használatban lévő gamer szleng kifejezéseket is. Ilyen a kezdetben a béna, kezdő játékos becsmélésére használt lamer megnevezés, melynek használata kikopott, szerepét mára a noob kifejezés tölti be. Nehéz lenne megjósolni, hogy a jövevényszavak közül melyek maradnak meg a köztudatban, és melyek nem. A fiatalabb korosztály a hétköznapiakban is előszeretettel is használja a gamer szleng kifejezéseket, mely mára a játékoskultúra elválaszthatatlan részévé vált. (Balogh A. 2014, 2016),(STÖKI 2017)

4. Anyag és módszer

„Az online játékok gazdasági szerepe és hatása a fiatalok életére” című szakdolgozathoz a kutatást, én Csábi Attila a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem, Károly Róbert Campus gazdaságinformatikus alapszakos hallgatója végeztem. A vizsgálati módszerem alapjául online kitölthető kérdőívet alkalmaztam, hiszen rövid idő alatt így tudtam elérni a legtöbb játékost.

A kutatásom célja, hogy feltárjam a magyar fiatalok online játékhasználattal kapcsolatos szokásait, illetve feltételezéseimre és a köztudatban keringő sztereotípiák helyességére is válasz kapjak. Az elvégzett kutatás kiértékelésének eredményei összehasonlításra kerülnek a szakirodalomban található adatokkal.

Az online kérdőíves adatgyűjtés keretében olyan kérdésekre keresem a válaszokat, mint például a fiatalok mennyi időt töltenek el online játékhasználattal, milyen platformokon keresztül teszik ezt, mennyi pénzt hajlandóak elkölteni játékokra, minek a hatására és milyen típusú játékokkal játszanak, illetve a játékok milyen fizikai és mentális hatással vannak a játékosokra.

Hipotéziseim egyrészt a szakirodalmi elemzések révén, másrészt saját benyomásaim alapján került megfogalmazásra, melyek megerősítése vagy cáfolása a statisztikai elemzés tárgya:

- A fiatalok egyre korábban kezdenek el online játékokkal játszani.
- A fiatalok az általuk felismert negatív hatások ellenére is sokat játszanak online játékokkal.
- A fiatalok a szabadidejük nagy részét korlátok nélküli online játékhasználattal töltik.

A kérdőív a Google Űrlapok ingyenes online felmérésadminisztrációs szoftver alkalmazásával került létrehozásra. A kérdőív kitöltése anonim, semmilyen személyes adatot nem továbbít a kitöltőről.

A kérdőív feldolgozása a Microsoft Excel táblázatkezelő szoftvere által elkészített diagrammok kiértékelésével történt meg.

A Google Űrlappal létrehozott és bárki számára kitölthető kérdőív beágyazásra került a külön erre a célra létrehozott onlinejatekok.szakdolgozat.net weboldalra. Ahhoz, hogy a kérdőív kitöltésének lehetőségével minél több embert elérjek, többféle módszert alkalmaztam.

Megkerestem a környezetemben található ismerősöket, barátokat, iskolai intézményvezetőket, hogy legyenek segítségemre ebben a feladatban, hogy sikerüljön a megfelelő korosztályt elérnem, és eljusson hozzájuk a kérdőív. Néhány általános- illetve középiskolába egy plakát került elhelyezésre (QR kódba ágyazott és egy hagyományos hivatkozással), mely felhívja a figyelmet a kérdőív kitöltésére. Emellett az iskolában dolgozó ismerős tanárok segítségét is kértem, hogy ismertessék a tanulókkal a kutatásom kérdéseit, és a kitöltés menetét. Továbbá a nagyobb kitöltési létszám reményében a kérdőív megosztásra került a Facebookon.

A 2022. október 5. és 2022. október 19. között online elérhető a fiatalok online játékhasználattal kapcsolatos szokásait kutató kérdőívet összesen 268 fő töltötte ki. A kitöltés lehetőségének lezárása után, a kérdőívben található kérdésekre adott válaszok ellenőrzését követően, az egymásnak ellentmondó válaszok miatt 12 fő kitöltő válaszait eltávolítottam a mintából. Az így megmaradt 256 db kitöltő releváns adatai kerültek kiértékelésre.

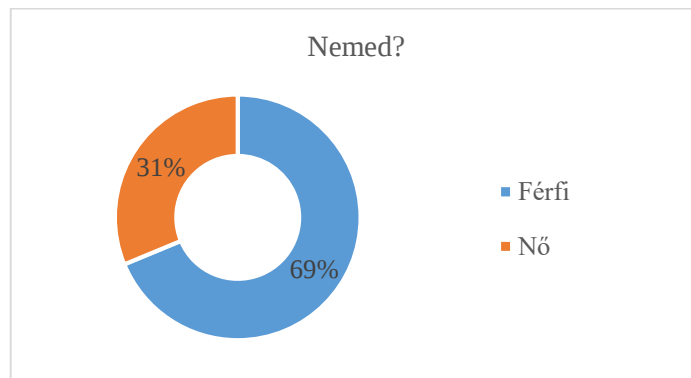
A 32 kérdésből álló online kérdőív egyaránt tartalmaz feleletválasztós kérdéseket, melyekben kizárólag egy válasz megadása lehetséges, illetve jelölőnégyzet típusú kérdéseket, melyekben több válasz is megjelölhető.

A kvantitatív formájú online primer kutatás által kitűzött cél, hogy minél pontosabb összképet kapjunk a magyar fiatalok online játékokkal kapcsolatos szokásairól.

5. Eredmények és értékelésük

Az online kérdőív feldolgozását követően, az eredmények ismertetését a kérdőívben feltett kérdések sorrendjében végeztem el. Kérdéseimmel igyekeztem pontos és széleskörű képet kapni a fiatalok játékhasználati szokásairól. Az általam végzett kutatást és a magyar szakirodalomban fellelt JátékosLét Kutatóközpont és az eNET Internetkutató által készített kutatásokkal fogom párhuzamba állítani.

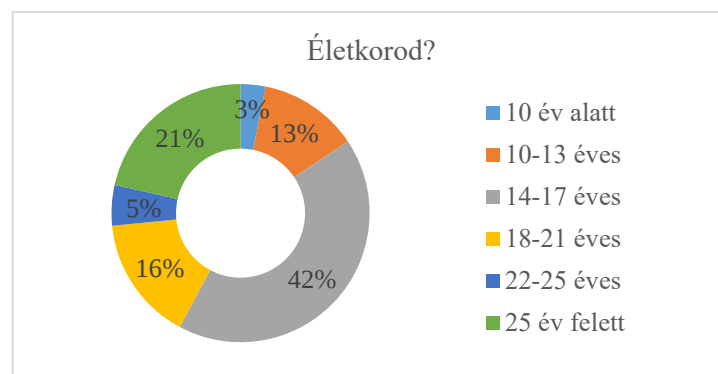
5. ábra: Nemek megoszlása



forrás: saját szerkesztés

A kérdőívemet értékelhetően 256 fő töltötte ki, melynek 69%-a férfi és csak 31%-a nő. Nem meglepő módon nagyobb a férfiak aránya, hiszen köztudottan több a férfi játékos, mint a női, de a hasonló játékokkal kapcsolatos kutatásokban is közel ilyen mértékű a férfiak dominanciája.

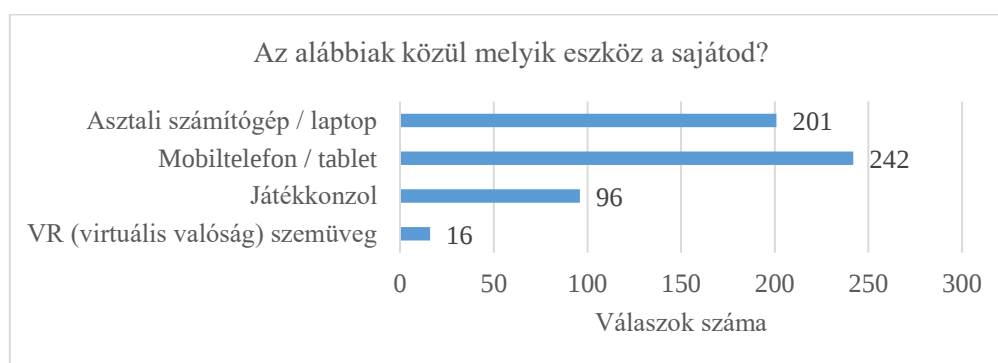
6. ábra: Életkorok megoszlása



forrás: saját szerkesztés

A következő kérdésben a válaszadók életkora felől érdeklődtem, melyet legnagyobb számban a 14-17 éves korosztályba tartozók töltötték ki. A legkisebb hajlandóságot a válaszadásra, a 10 év alatti korcsoport mutatta.

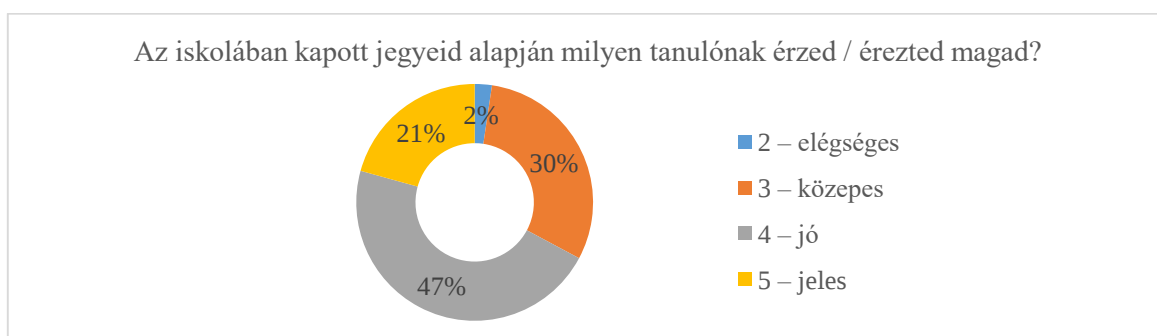
7. ábra: Saját tulajdonú eszközök



forrás: saját szerkesztés

A fenti ábrán látható, hogy a válaszadók szinte mindegyike rendelkezik saját mobiltelefonnal, illetve 78,5%-a rendelkezik saját asztali számítógéppel vagy lappal. Játékkonzolt a válaszadók 37,5%-a, míg VR szemüveget csak 6%-a tulajdonol.

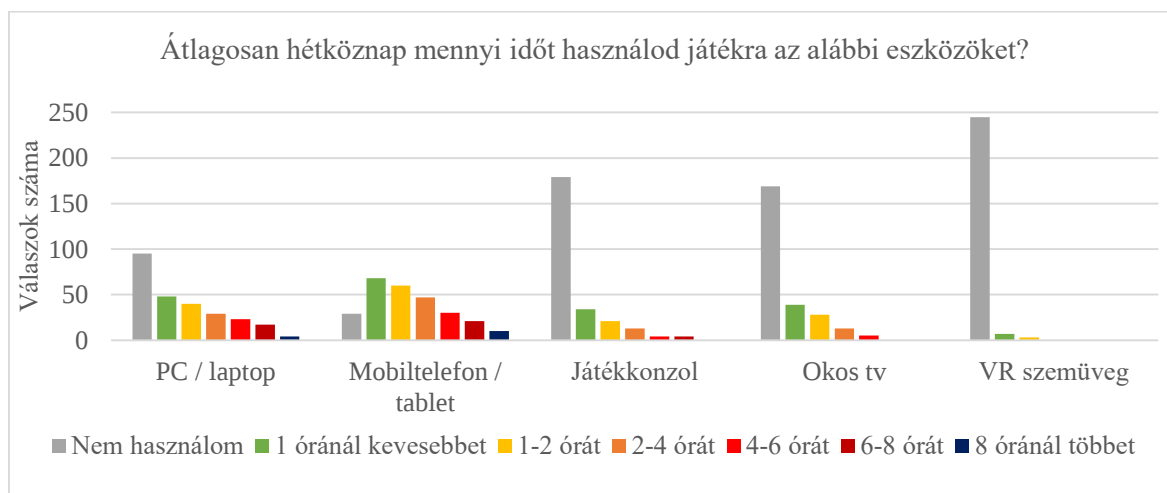
8. ábra: Tanulmányi eredmények megoszlása



forrás: saját szerkesztés

A válaszadók 21%-a jeles, 47%-a jó, 30%-a közepes, és 2%-a elégséges szintű tanulmányi eredményeiről számolt be.

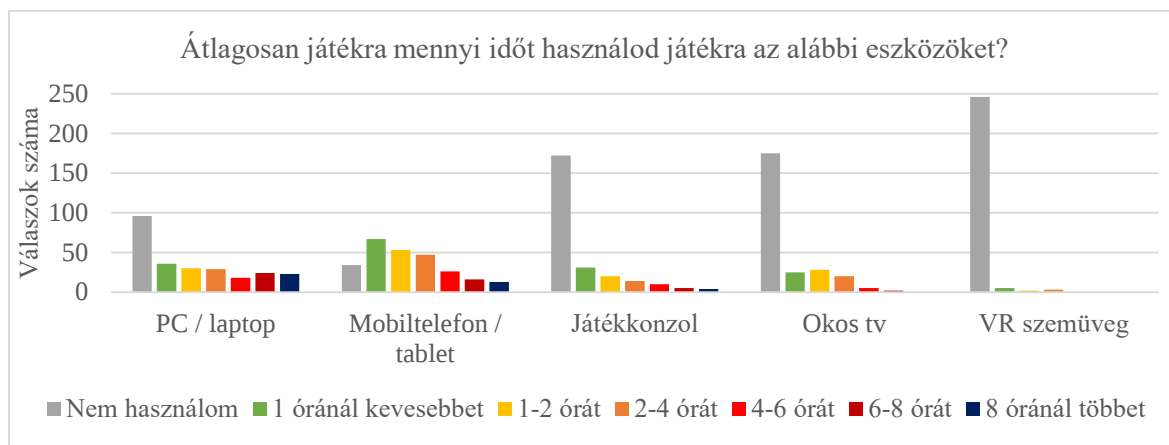
9. ábra: Játékplatformok átlagos használati ideje hétköznap



forrás: saját szerkesztés

A hétköznapi játékokra használt eszközök közül láthatóan a mobil eszközök, majd ezt követően a számítógépek használatának ideje van a vezető helyen. A játékkonzol és meglepő módon az okosteleviszórak játék célra történő használata közel azonos szinten mozog. A legkevésbé használt eszköz a viszonylag új technológiának számító VR szemüveg.

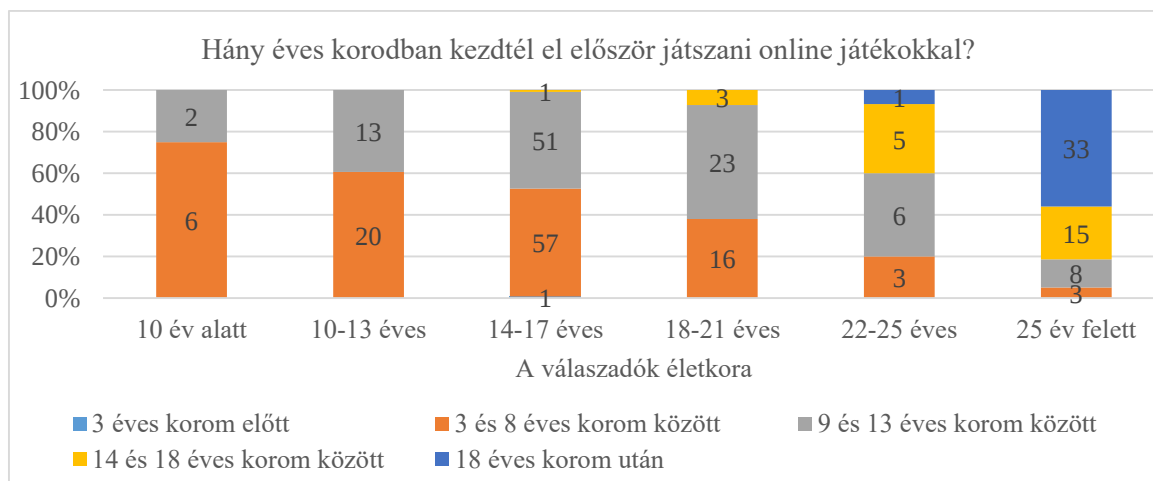
10. ábra: Játékplatformok átlagos használati ideje hétfégen



forrás: saját szerkesztés

A hétfégen történő játékhasználat mértéke közel azonos az előző ábrán látható hétköznapi játékokkal töltött tevékenységgel. Eltérés leginkább csak a hosszabb időtartamú használat esetén mutatható ki, amely növekedés a hétköznapi használatához képest. Az eNET egyik kutatásában is a játékok használatának legkedveltebb platformja az okostelefonoké, majd második helyen a személyi számítógépek követik, amely teljesen megegyezik az általam végzett kutatás eredményével. A másik észrevehető egyezés, hogy játékokkal eltöltött leggyakoribb időtartam a kevesebb, mint egy óra, majd ezt az 1-2 órási időintervallum követi. (ENET 2018)

11. ábra: Első online játékhasználat idejének kezdete



forrás: saját szerkesztés

A válaszokból kiderül, hogy a fiatalabb korosztály hamarabb ismerkedik meg az online játékok világával, mint a kutatásban résztvevő idősebb korosztály.

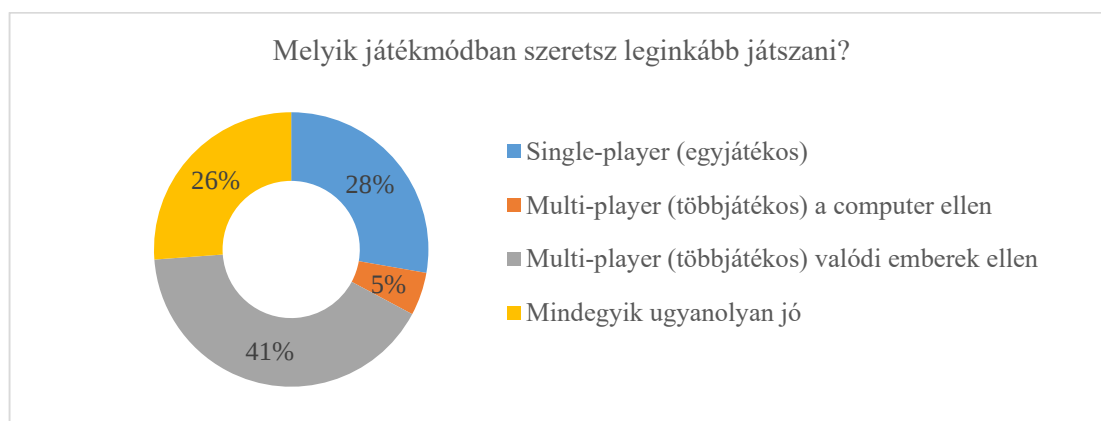
12. ábra: Játékválasztás indikációi



forrás: saját szerkesztés

Az előzetes feltételezéseimnek megfelelően, a válaszokból egyértelműen kiderül, hogy a játékosok a következő online játékot leginkább az ismerős vagy barát ajánlása miatt választják.

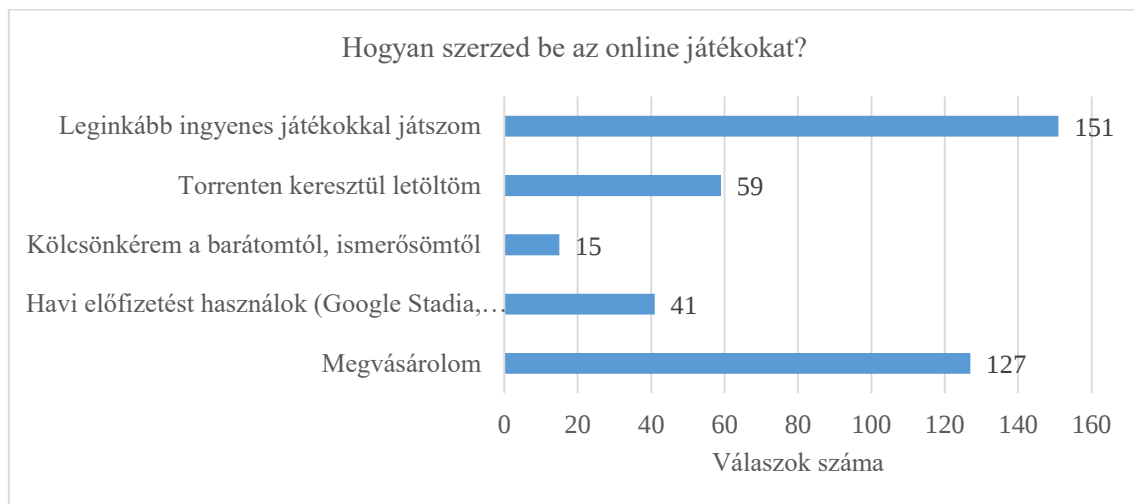
13. ábra: Alkalmazott játéktípus preferencia



forrás: saját szerkesztés

A leginkább preferált játékmód a válaszadóim szerint, a többjátékos mód, azon belül is az, melyben valódi emberek ellen folyik a küzdelem. A JátékosLét 2020-ban elvégzett kutatásával összehasonlítva, ott a válaszadók 42%-a nem tudta megítélni, hogy egy-, vagy többjátékos játékmódban szeret-e inkább játszani, illetve a játékosok 22,5%-a inkább single-player játékosnak, míg 13,4%-a multi-player játékosnak vallotta magát. (DR. FROMANN R. 1. 2022)

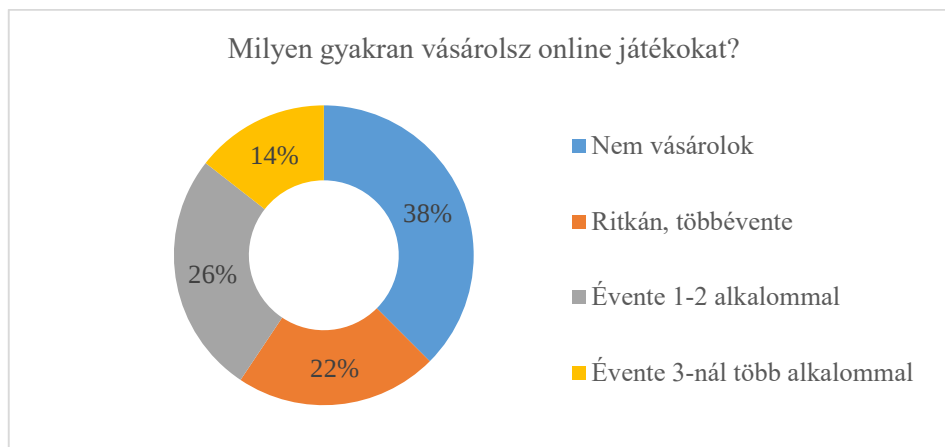
14. ábra: Az online játék beszerzésének módja



forrás: saját szerkesztés

A játékbeszerzés módjának kérdésére adott válaszokból kiderül, hogy a válaszadók 59%-a (151 fő) leginkább az ingyenes játékokkal szeret játszani. A kitöltők közel 50%-a (127 fő) viszont hajlandó a játékot megvásárolni is.

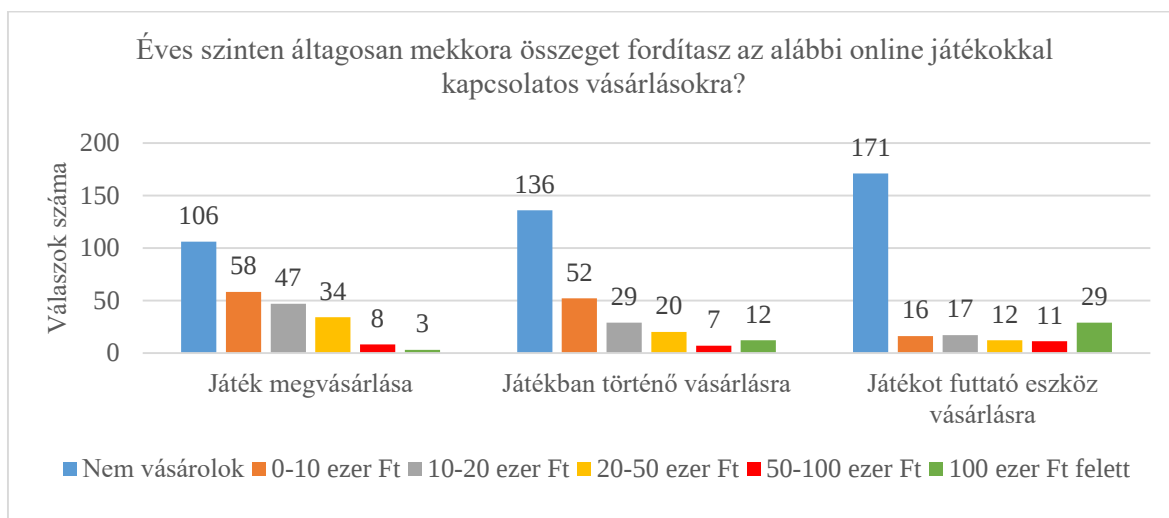
15. ábra: Az online játékvásárlás gyakorisága



forrás: saját szerkesztés

A játékvásárlás gyakoriságára irányuló kérdésre adott válaszok alapján kiderül, hogy a játékosok 38%-a nem vásárol online játékokat, azok közül viszont, akik vásárolnak, leggyakrabban évente 1-2 alkalommal vagy még ennél is ritkábban teszik azt meg.

16. ábra: Az online játékokra átlagosan fordított éves összeg

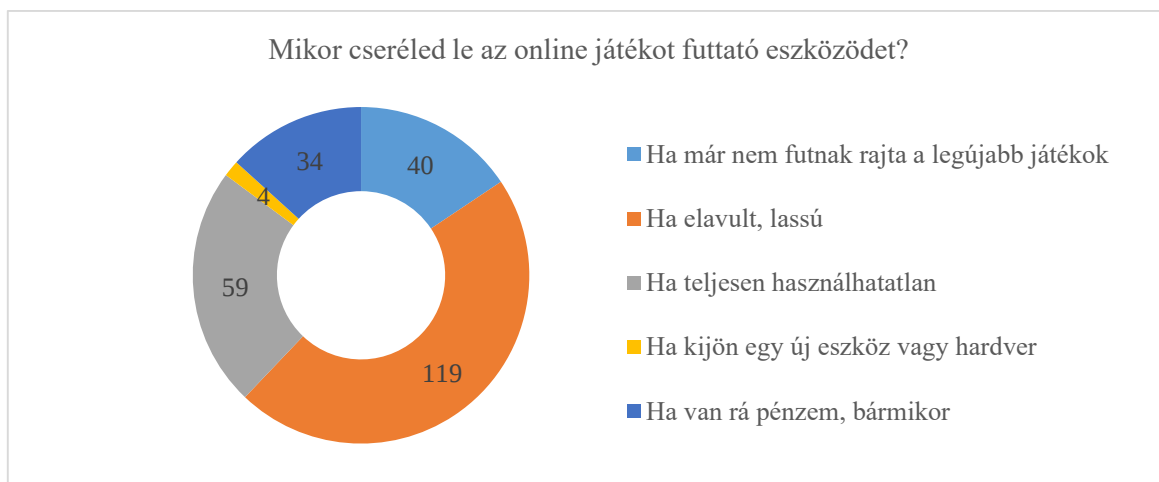


forrás: saját szerkesztés

Az online játékokkal kapcsolatos ráfordításokból kiderül, hogy éves szinten átlagosan az eszköz-, azaz a hardver és a periféria vásárlására költenek el a legtöbbet, melyet az eNET kutatásai is alátámasztanak. (VASS D. 2022)

A vizsgált játékokkal kapcsolatos ráfordításoknál mindhárom vásárlás esetében kimutatott tendencia a JátékosLét kutatásával közel egyező mértékű. (DR. FROMANN R. 1. 2022)

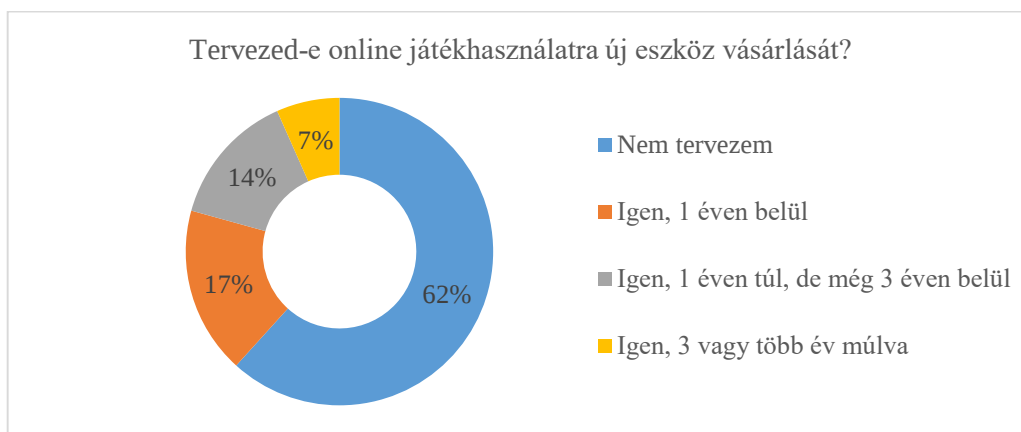
17. ábra: Az online játékokhoz szükséges eszközcsere gyakorisága



forrás: saját szerkesztés

Az eszközcsereire vonatkozó válaszokból látszik, hogy a játékosok leginkább akkor cserélik le a játékokra használt meglévő eszközüket, ha már elavultnak vagy lassúnak érzi azt.

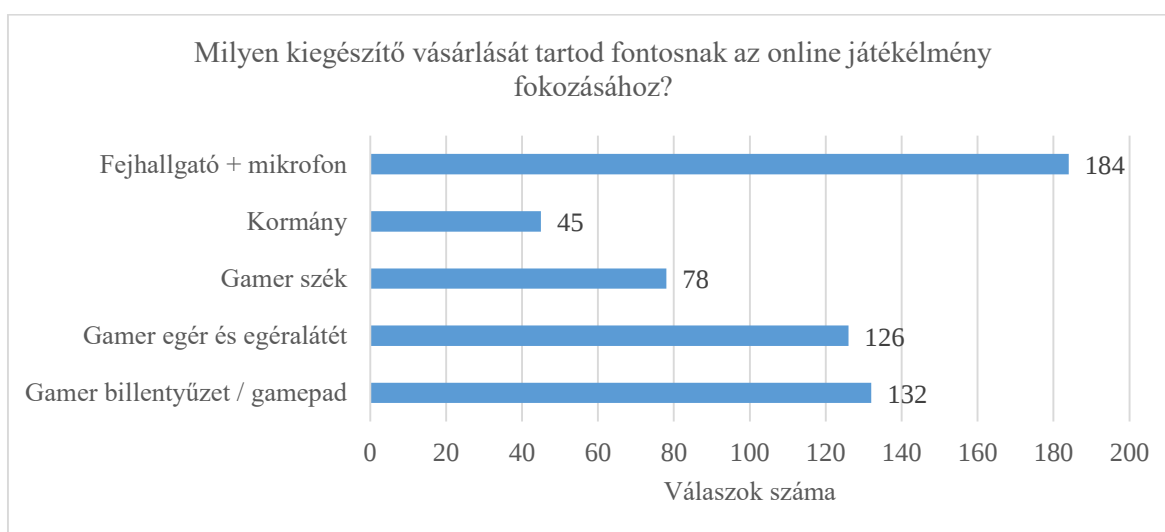
18. ábra: Az online játékokhoz új eszközvásárlás tervezése



forrás: saját szerkesztés

A játékokra használt új eszköz vásárlását a válaszadók 62%-a nem tervezi, ebből valamint az előző kérdésekre adott válaszokból levont következtetés alapján valószínűsíthető, hogy a meglévő hardver eszközük korszerű, és még alkalmas az újabb játékok futtatására is.

19. ábra: A fontosnak tartott játékkiegészítők megoszlása



forrás: saját szerkesztés

A játékélmény fokozásának fontos kiegészítője a válaszadók nagy többsége szerint a fejhallgató és mikrofon, mely alapján valószínűsíthetően fontos számukra a játék közbeni kommunikáció lehetősége. Közel 50% szerint az irányításhoz szükséges gamer játékvezérlők használata is fokozza a játékélményt.

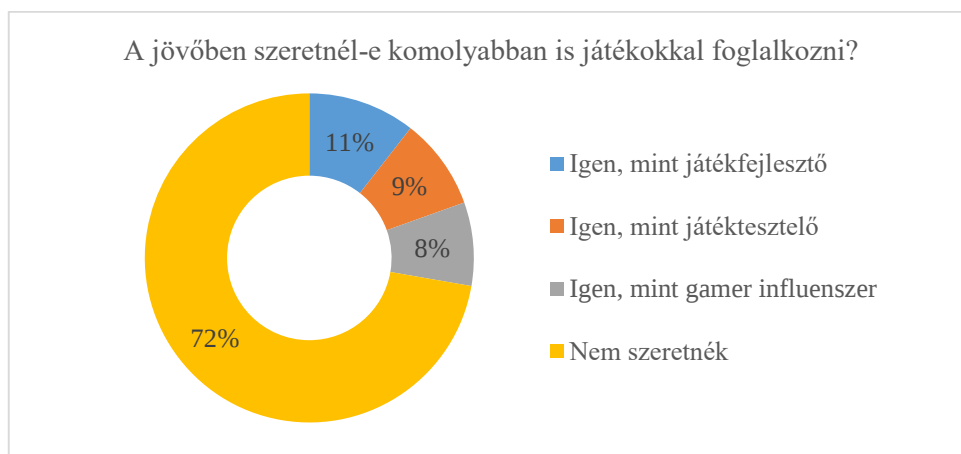
20. ábra: A 10 legnépszerűbb online játék a válaszadók között



forrás: saját szerkesztés

A 256 válaszadóból 51 fő nem nyilatkozott, vagy azt válaszolta, hogy nincs kedvenc játéka. A kérdőívre adott válaszokból kimutatott TOP10 kedvenc játék mindegyike megtalálható jelenleg a világ legnépszerűbb játéakai között. Az eNET kutatásai alapján a legtöbbet játszott játékok nyolcas listájának első helyén a League of Legends szerepel, ugyanúgy, mint az én listámon. Az eNET 2022-es népszerűségi listáján szereplő 8 játék közül 7 szerepel az általam készített kimutatáson is, de némileg eltérő sorrendben. Mindegyik viszonylag új játék, melyek a világon mindenhol ismertek, és ezeket a felkapott játékokat idehaza is előszeretettel használják. (VASS D. 2022)

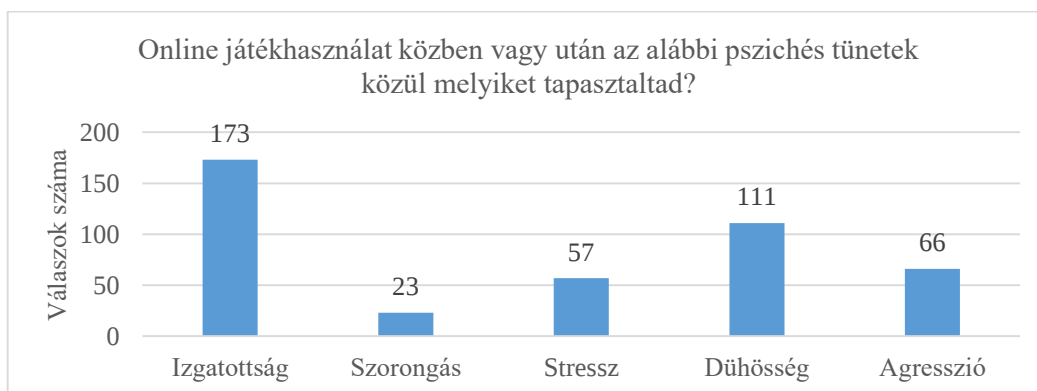
21. ábra: A játékokkal kapcsolatos komolyabb távlati tervek



forrás: saját szerkesztés

A kitöltők 72%-a nem szeretne a későbbiekben a játékkal, mint munkalehetőséggel foglalkozni.

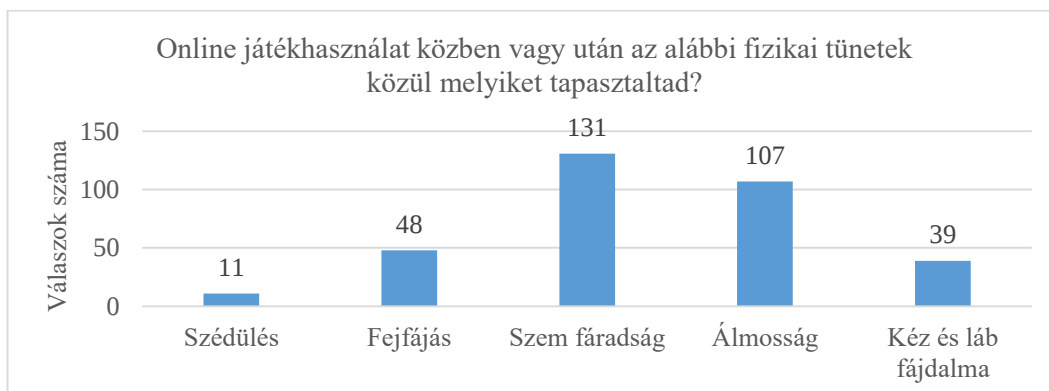
22. ábra: Az online játékokhasználat során érzékelt pszichés tünetek



forrás: saját szerkesztés

A válaszadók a játékhasználatuk során legtöbbször tapasztalt tünetként az izgatottságot jelölték meg.

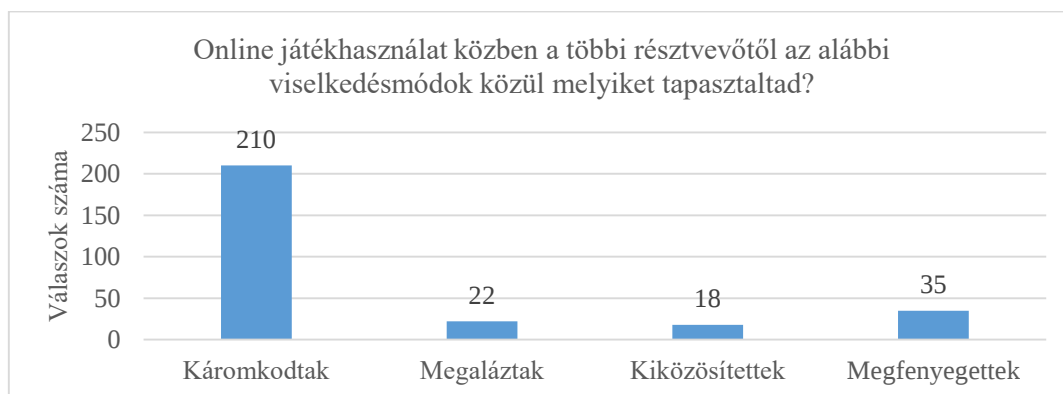
23. ábra: Az online játékokhasználat során érzékelt fizikai tünetek



forrás: saját szerkesztés

A válaszadók közül legtöbben a szemfáradtság majd az álmoság fizikai tüneteit tapasztalták önmagukon.

24. ábra: Az online játékokhasználat során tapasztalt negatív viselkedésmódok



forrás: saját szerkesztés

A játékban a többi résztvevő részéről tanúsított viselkedésmódok közül, a legtöbben (82%) a káromkodást tapasztalták. Viszont látható, hogy a játékhasználat közben megjelennek az olyan durvább magatartásformák is, mint a megalázás, a kiközösítés és a megfenyegetés.

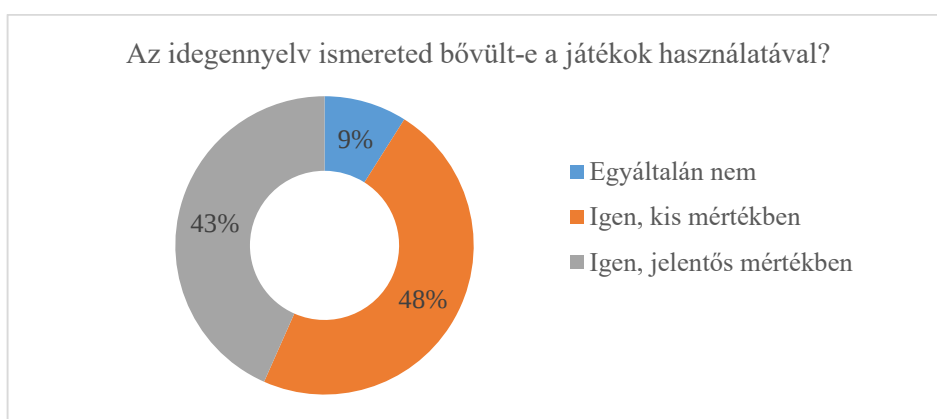
25. ábra: Az online játékok készségfejlesztő hatásai



forrás: saját szerkesztés

A készségfejlesztésre irányuló válaszokból kivehető, hogy a játék többféle képességet is pozitívan befolyásol, de leginkább az idegen nyelvi készségre van jótékony hatással.

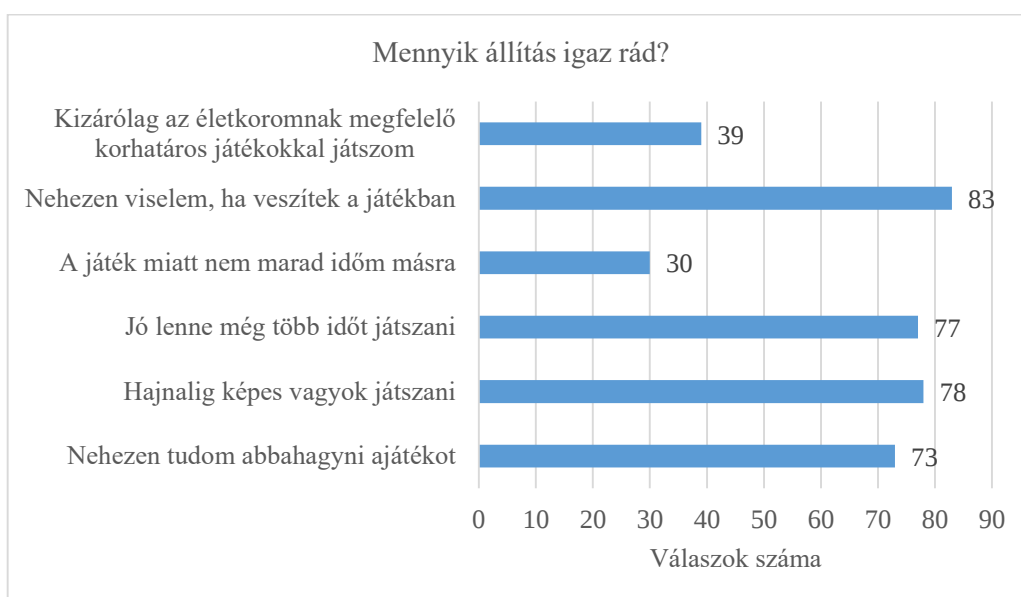
26. ábra: A játékok hatása az idegennyelvismeretre



forrás: saját szerkesztés

A kitöltők nagy többsége (91%-a) a játékok használatának köszönhetően az idegennyelv ismeretének bővülését érzi saját magán, és kb. ugyanolyan arányban érzik a fejlődés mértékét kicsinek, mint jelentősnek.

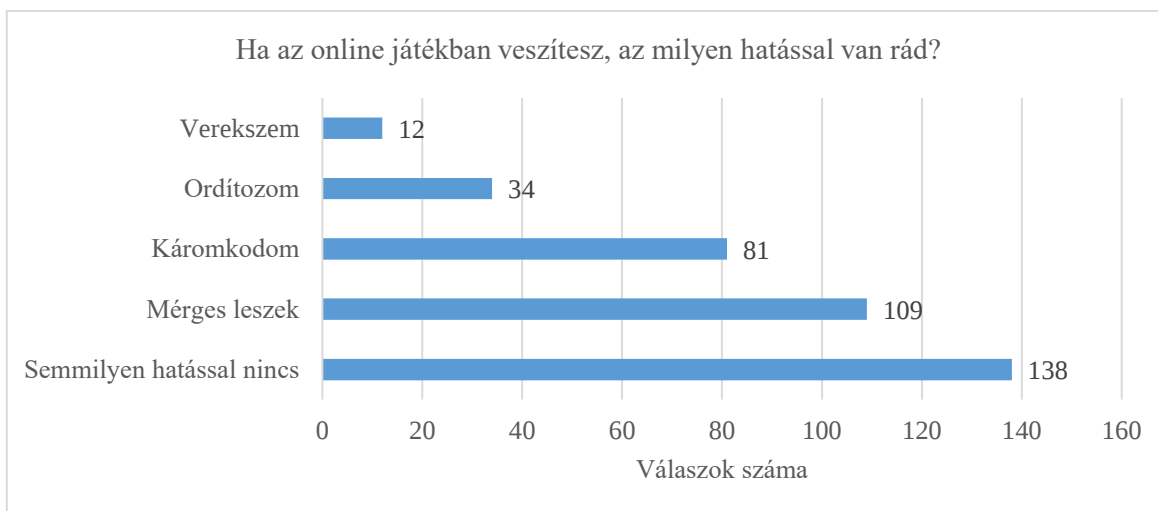
27. ábra: A feltett állítások kiértékelése



forrás: saját szerkesztés

A kérdésre, mely szerint melyik állítások igazak rád, megmutatja, hogy válaszadók miként viszonyulnak a játékokhoz. A kérdésre 33 fő nem válaszolt, tehát egyik állítást sem érezte igaznak magára, az igaznak vélt válaszok viszont nagy szórást mutatnak a kitöltők között.

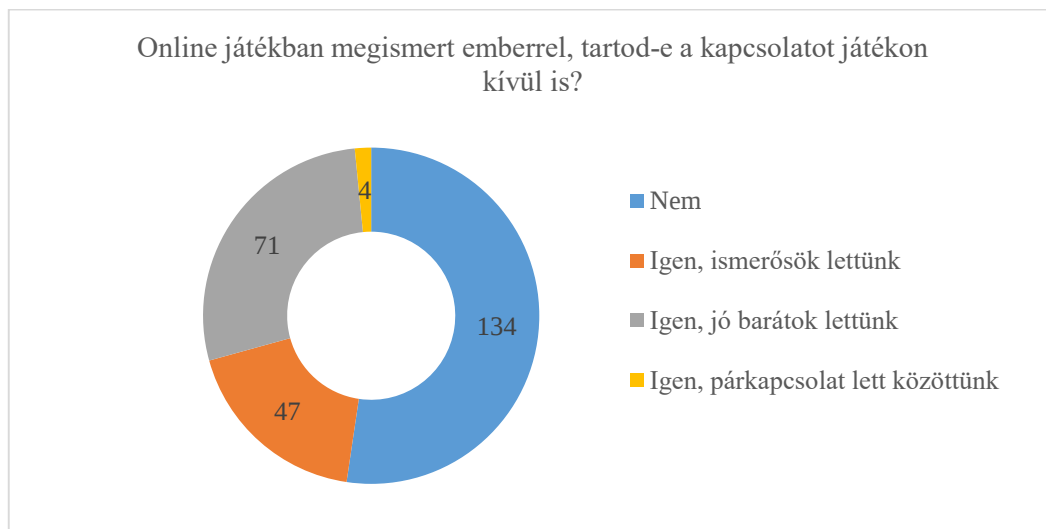
28. ábra: A vereség hatásai a válaszadókra



forrás: saját szerkesztés

A játékban átélt vereség, a legtöbb válaszadó szerint semmilyen hatással nincs rájuk nézve. A többi válaszlehetőség alulról felfelé haladva egyre durvább megnyilvánulási formát jelent, és ezeket a negatív viselkedéseket nehezen vallják be az emberek.

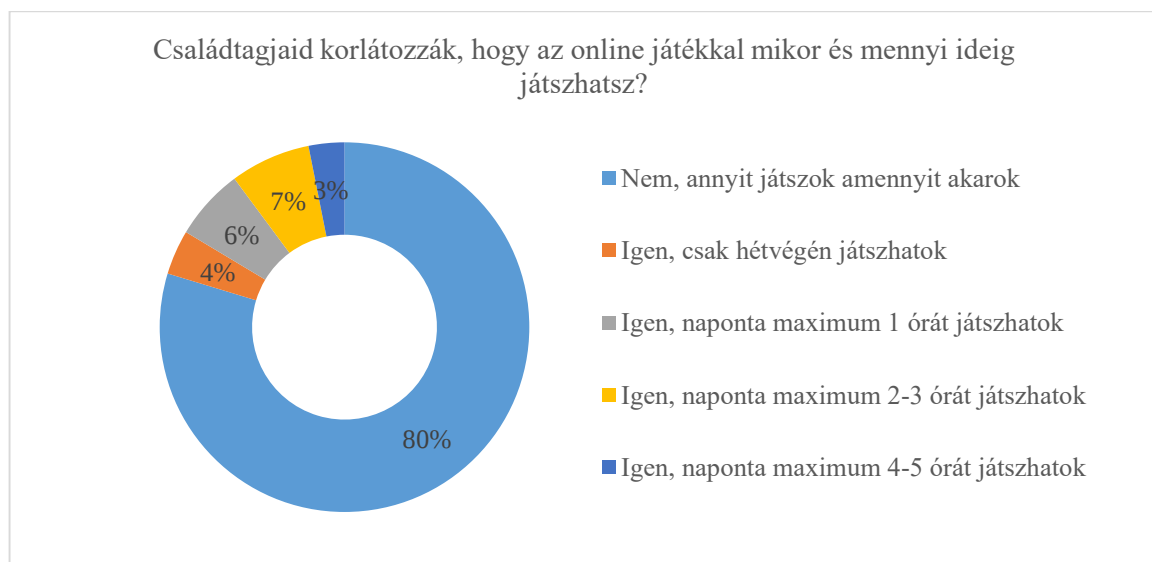
29. ábra: Az online játékokon belül kialakult kapcsolatok



forrás: saját szerkesztés

A játékosok több mint fele azt nyilatkozta, hogy az online játék során megismert emberrel, a játékon kívül semmilyen kapcsolatot sem tart fenn, ellenben a 48%-a valamiféle kapcsolatot ápol a játékban megismert személlyel, sőt ebből 4 személy párkapcsolatot is kialakított a játékok révén. A JátékosLét hasonló kutatása szerint, ily módon kialakult párkapcsolata a válaszadók 13,6%-ának volt. (DR. FROMANN R. 2. 2022)

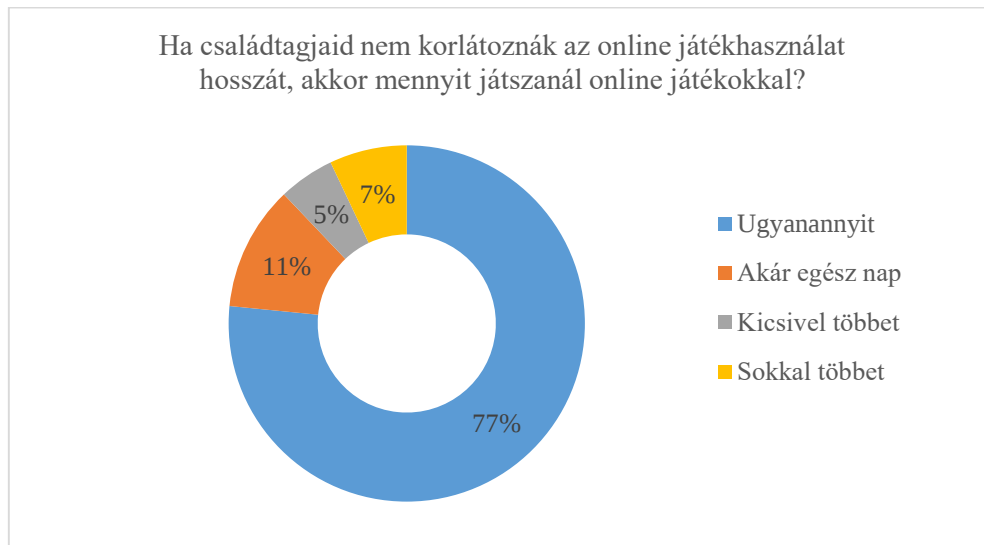
30. ábra: A játékhasználat korlátozásának időtartama



forrás: saját szerkesztés

A játékhasználat korlátozásának idejére vonatkozóan kiderül, hogy a válaszadók 80%-a szerint a családtagok nem korlátozzák a játékkal eltöltött idejét. A hétvégi illetve a naponta maximum 1 órás korlátozást, csak a játékosok 10%-ára vonatkozóan alkalmazzák.

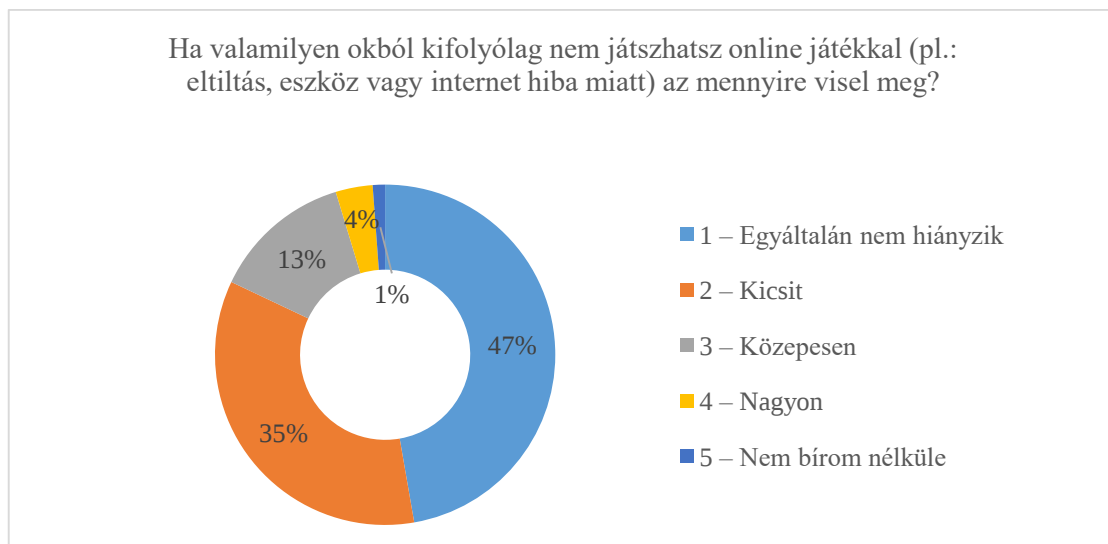
31. ábra: A megszűnő korlátozások hatása játékidő



forrás: saját szerkesztés

Az előző kérdés alapján azon 80%, akiknek nem korlátozzák a játékidőjét, azok nyilvánvalóan továbbra is ugyanannyit szeretnék játszani, ezért jelenik meg a fenti ábrán is ez a közel 80%. Azoknak a személyeknek, akiknek korlátozták a játékhasználatát, azt válaszolták, hogy jó lenne még többet, vagy akár egész nap is játszani.

32. ábra: A játékmegvonás hatása a válaszadókra



forrás: saját szerkesztés

A válaszadók közel fele nyilatkozta azt, hogy ha valamilyen okból nem játszhat, akkor egyáltalán nem hiányzik neki a játék, illetve csak nagyon kis százalékát viseli meg nagyon, és csak 1% az, aki nem is bírná ki nélküle.

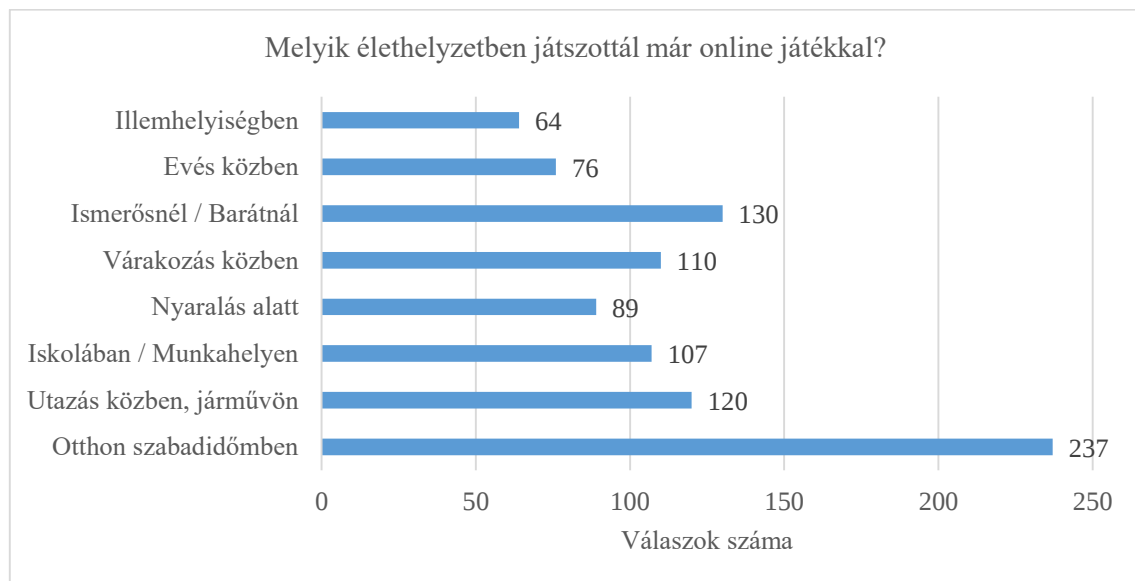
33. ábra: Az online játékhasználat motivációi



forrás: saját szerkesztés

Az fenti ábrából kivehető, hogy leginkább a játékelmény miatt szeretnek online játékokkal játszani, továbbá azért is, mert átsegít a mindennapi problémákon azáltal, hogy ellazít és kikapcsol.

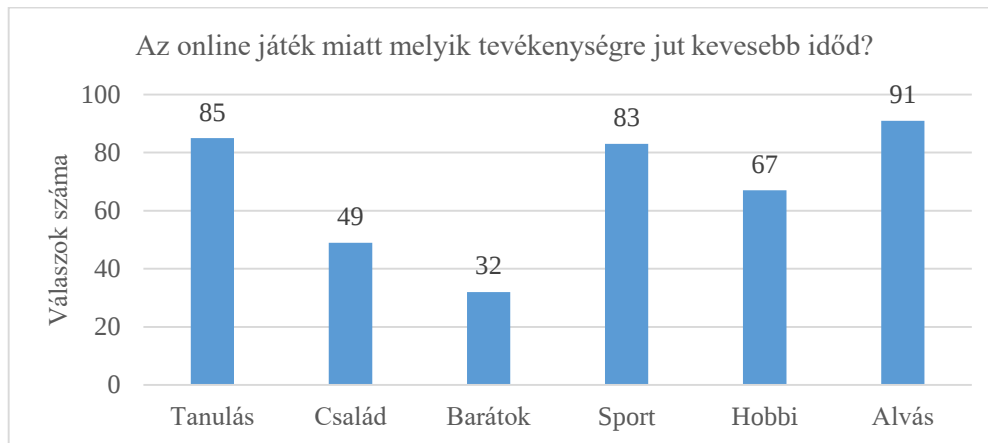
34. ábra: Az online játék használata különböző élethelyzetekben



forrás: saját szerkesztés

A fenti kérdésre adott válaszokból látható, hogy a fiatalok szinte minden élethelyzetben képesek használni a játékokat.

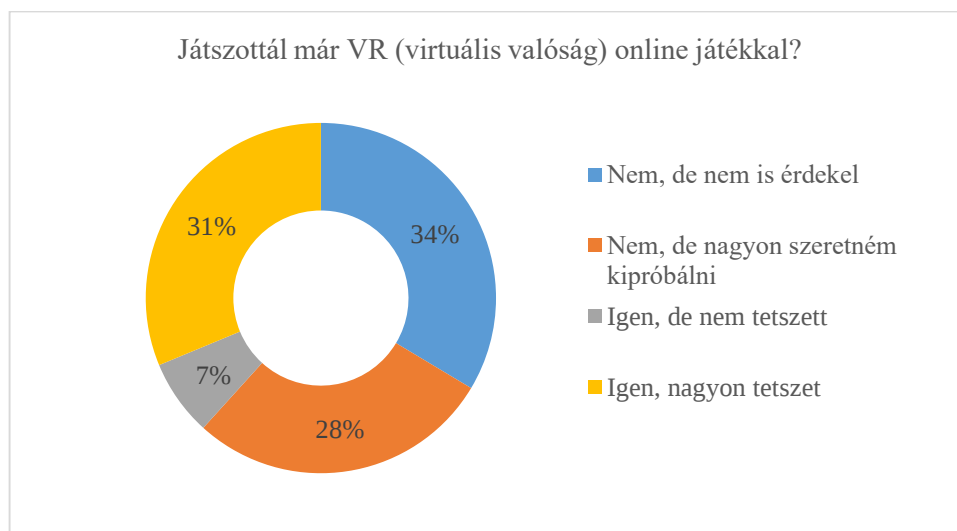
35. ábra: Az online játékok hatása negatív egyéb tevékenységekre



forrás: saját szerkesztés

A fenti kérdést kitöltők szerint, a játékkal töltött idő, leginkább az alvás, tanulás és a sport rovására megy.

36. ábra: A VR játékok használatának megítélése



forrás: saját szerkesztés

A VR játékokat a válaszadók 62%-a még sosem próbálta ki, és ezeknek a személyeknek több mint a fele nem is mutat érdeklődést a VR technológia iránt. Azon illetők, akik viszont kipróbálták, azok közül csak nagyon keveseknek nem tetszett az élmény.

6. Következtetések és javaslatok

Az első hipotézisemmel kapcsolatosan igazolni szerettem volna azt, hogy a fiatalok egyre korábban kezdenek el online játékokkal játszani. Amire nem számítottam az az volt, hogy a legfiatalabb korosztály nem mutatott nagy hajlandóságot a kitöltésre. A kimutatott eredményekből viszont így is következtetni lehet arra, hogy ezen állítás bebizonyosodott, ugyanis a válaszokból lehet látni, hogy a fiatalabb kitöltők nagyobb hányada 3 és 8 éves kora között kezdett el játszani. Az idősebb válaszadóknál viszont a játékkezdet időpontja egyre későbbre tehető, míg a 25 év felettiekénél már szinte elhanyagolható a 3 és 8 éves kor közötti első játékhasználat.

A 3 éves kor előtti opció megadása nem igazán volt megfelelő választás részemről, mert a legtöbben nem emlékeznek a 3 éves koruk előtti eseményekre, és már a kisiskolások sem mindig tudják ezt az időszakot visszaidézni. Ennek volt köszönhető az, hogy csak egyetlen személy választotta ezt a lehetőséget. A pontosabb adatok érdekében, célszerű lenne egy hasonló kérdéssorral megkérni a szülőket is a gyermekük online játékhasználati szokásairól, mert a szülők jobban emlékeznek a gyermekük első pár évére.

Második hipotézisem: „A fiatalok az általuk felismert negatív hatások ellenére is sokat játszanak online játékokkal”. Ennél az állításomnál, már akadt elég számú kitöltő ahhoz, hogy pontosabban értékelhető eredményt kapjak. Ennek a hipotézisnek a tudatában kérdeztem a játékhasználat során érzékelt fizikai tünetekről a válaszadókat, akik egyértelműen megerősítették a tünetek jelenlétét magukon. Sokuk érzi a látószervek, végtagok, és a fej fájdalmát, ami a nem megfelelő játékkörnyezetre, és a túl hosszú játékkal töltött időre vezethető vissza. A megjelenő fizikai tünetek ellenére mégis folytatják a játékot, ameddig csak tudják, a játékkal töltött idő csökkentésének lehetősége meg sem fordul bennük.

A játékhasználat során tapasztalt pszichés tünetekre irányuló kérdésnél a válaszadók közül a legtöbben az izgatottságot jelölték meg, ami egyértelműen nem nevezhető negatív vagy pozitív tünetnek. Viszont a többi válaszlehetőség mindegyike negatív hatású tünet, melyekből a dühösséget tapasztalták a legtöbben magukon. Az agresszió, a stressz és még inkább a szorongás tüneteit, a válaszadóknak csak kis része tapasztalta.

A játékhasználat során a kitöltőket érő negatív hatás még a szóbeli, vagy írásbeli kommunikációból származó káromkodás, melyet szinte minden kitöltő megtapasztalt már a

játék többi résztvevőjétől. A megalázás, a kiközösítés, és a fenyegetés, mint erőszakosabb, durvább és sértőbb viselkedésmódokat a válaszadóknak csak kis százaléka tapasztalta.

A kiértékelt válaszok alapján a második hipotézisemet is bizonyítottnak érzem. A fiatalok tisztában vannak a testi határaikkal, és érzik is a fizikai tüneteket, melyeket sokszor a rossz testhelyzet, a mozgás hiánya vagy a környezet megvilágítása okoz. A pszichés tünetek kialakulását az életkornak nem megfelelő módon kiválasztott játék, a játékosársak nem megfelelő viselkedése, valamint a túlzott játékban töltött idő segíti elő. Mindezek, mégsem befolyásolják a játékok használatának idejét, és nem vesz el azok élvezeti értékéből sem.

A harmadik állításom, amelyet bizonyítani szerettem volna: „A fiatalok a szabadidejük nagy részét korlátok nélküli online játékhasználatával töltik”. Erre vonatkozóan a szükséges információkat célzott kérdésekkel szereztem meg a kitöltőktől, de személy szerint engem is nagyon érdekelt, hogy van-e korlátozás abban, hogy mennyi időt töltenek el a fiatalok játékok használatával.

A válaszadók nagy többsége annyit játszik amennyit szeretne, és nincs olyan személy, aki a játékhasználat idejét szabályozná. A kisebb hányad, akiket valamilyen szinten korlátoznak, azok viszont a korlátozások megszűnésével több időt szeretnének játszani. A korlátozás hiánya több olyan kérdést is felvet, mely egy erős kutatás témájául is szolgálhat a jövőben. A fiataloknak a korlátozás nélküli játékhasználat, olyan fontosabbnak tartott tevékenységektől veszik el az időt, mint a fizikai aktivitás, tanulás, hobbi, sport és szociális kapcsolatok. Ezen tevékenységek, és a megfelelően kialakított szociális kapcsolatok nélkül a fejlődés mind szellemileg, mind pedig fizikailag nagy valószínűséggel hátrányt szenved, amely megmutatkozhat majd a későbbiekben is.

A fentiek ismeretében elégedett vagyok az elvégzett kutatással, és annak eredményeivel, bár azt sajnálom, hogy a kérdőív kitöltésére a legfiatalabb korosztály nem mutatott olyan mértékű aktivitást, amellyel több információt szerezhettem volna a fiatalok játékhasználati szokásairól. A megszületett eredmények alapján elmondható, hogy a fiatalok korlát nélküli tudatos játékelvezők, akik saját döntésük szerint használják a rendelkezésükre álló digitális eszközöket, és azok szórakoztató tartalmait is.

A felállított hipotéziseimet igazolva, és azokra választ kapva, még több olyan kutatásra váró megválaszolatlan kérdés került elő, melyek érdekesek pszichológiai és szociológiai vizsgálatok lefolytatására.

7. Összefoglalás

A dolgozatom témaválasztása mellett azért döntöttem, mert mindig is szerettem a játékok világát, és én is sok időt töltöttem el velük fiatal koromban. Kíváncsi voltam, hogy azóta milyen változások történtek a játékpiacon.

A szakirodalmi kutatásaimat követően a dolgozatban bemutatásra került a játékosvilág helyzete, a játékkészítők gazdasági szerepe, a különböző játékközpontok és azok jelentősége, az egyre nagyobb népszerűségnek örvendő játékközvetítés és az e-sport események világa, valamint a marketing tevékenység alapjául szolgáló fontosabb üzleti modellek. Továbbá ismertettem a fiatalok játékokhoz fűződő viszonyát, a játékosokat érintő negatív és pozitív hatásokat, illetve a játékok hatását a nyelvhasználatra.

A kutatásomhoz szükséges megfelelő mennyiségű információ begyűjtéséhez az online kérdőív kitöltésének lehetőségét alkalmaztam. Az összeállított kérdőívet elérhetővé tettem a lakókörnyezetemben található iskolai intézmények tanulói számára, valamint a Facebookon keresztüli megosztással is növeltem a potenciális kitöltők számát. A válaszok beérkezését követően az adatok táblázatkezelő szoftver segítségével kerültek feldolgozásra. A kapott eredmények jobb szemléltethetősége érdekében diagramokat készítettem, melyekhez szöveges magyarázatot fűztem.

A kutatásom célja, hogy megfelelő képet adjon a fiatalok online játékközpontjával kapcsolatos szokásairól. Az elemzés során segítségemre voltak a témában elérhető magyar kutatások, melyek összehasonlítási alapként is szolgáltak az általam kapott eredményekkel. Az általános információk mellett, célzott kérdésekkel igyekeztem választ kapni az általam felállított azon néhány kérdésre, hogy milyen a játékosok életkora és az első játékközpont ideje közötti kapcsolat, hogy a fiatalok a felismert negatív hatások ellenére is sok időt töltenek a játékok központjával, valamint a szabadidejük nagy részének kikapcsolódás nélkül a játékközpont.

A kapott eredmények alapján az elsőként felállított hipotézisem bizonyítást nyert, miszerint a fiatalabb válaszadók egyre korábbi életkorban kezdenek el online játékokkal játszani, velük ellentétben az idősebb játékosoknál ez az életkor későbbre tehető. A második állításomat is alátámasztották a válaszadók, ugyanis felismerik magukon a játékok központjának negatív hatásait, de mégsem hajlandóak kevesebb időt tölteni a játékokkal. A

harmadik feltevés is helyesnek bizonyult, mert a fiatalok nagy részét senki sem korlátozza a játékokkal eltöltött idő hosszának megválasztásában. A kapott eredmények alapján felmerülő kérdések további kutatás lefolytatását is szükségessé teheti, amelybe már a szülők is bevonásra kerülnek.

8. Irodalomjegyzék

ADAIR C. (2021. július 6): 11 Positive Effects of Video Games.

Forrás: <https://gamequitters.com/positive-effects-of-video-games/>

ALAGERELKEY (2021. szeptember 25.): Adverse effects of online gaming to students.

Forrás: <https://medium.com/@alagerelkey/adverse-effects-of-online-gaming-to-students-9c1968cdc6ab>

ANDERSON G., DEAN D.L., GASKIN J.E., KEITH M.J. (2018. december): Team Video Gaming for Team-building: Effects on Team Performance.

Forrás: <https://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1115&context=thci>

BALOGH A. (2016): Gamergenerációk.

Forrás: <https://docplayer.hu/68312880-Balogh-andrea-gamergeneraciok-0-bevezetes.html>

BALOGH A. (2014): Geeknyelvtan? A számítógépes játékok nyelvéről. *Forrás:*

https://www.researchgate.net/publication/311970800_Geeknyelvtan_A_szamitogepes_jatekok_nyelverol

BARDI J. (2019.03.26.): What Is Virtual Reality: Definitions, Devices, and Examples.

Forrás: <https://www.marxentlabs.com/what-is-virtual-reality/>

BARNARDOS (2020. július): Why young people like gaming.

Forrás: <https://www.barnardos.org.uk/support-hub/why-young-people-like-online-gaming>

BLAKELY D. P., WRIGHT T. J. (2012. március): The effects of action video game play on vision and attention. *Forrás:*

https://www.researchgate.net/publication/235666072_The_effects_of_action_video_game_play_on_vision_and_attention

BUJISMAN M. (2022. május 12.): The Top 10 Public Game Companies. *Forrás:*

<https://newzoo.com/insights/articles/the-top-10-public-game-companies-generated-126-billion-in-2021-as-subscriptions-and-ma-shake-up-the-market>

CHIOVATO L. (2022. május 6.): Gaming's Live-Streaming Audience Will Hit One Billion Next Year & 1.4 Billion by 2025.

Forrás: <https://newzoo.com/insights/articles/gamings-live-streaming-audience-will-hit-one-billion-next-year-1-4-billion-by-2025>

- CREW B. (2015. április 28): Gamers Have More Grey Matter And Better Brain Connectivity, Study Suggests. *Forrás: <https://www.sciencealert.com/gamers-have-more-grey-matter-and-better-brain-connectivity-study-suggests>*
- DEMIRÇIN Y. (2022. 02. 25.): Which are the most well-known video gameplatforms? *Forrás: <https://mobidictum.biz/game-platforms/>*
- DR. FROMANN R. 1. (2022): JátékosLét 2020 kérdőív eredmények - Játékhasználati szokások. *Forrás: https://jatekoslet.hu/files/JÁTEKOSLÉT_KÉRDŐÍV_2020_4_kapcsolatok.pdf*
- DR. FROMANN R. 2. (2022): JátékosLét 2020 kérdőív eredmények - Játékosok kapcsolati rendje. *Forrás: https://jatekoslet.hu/files/JÁTEKOSLÉT_KÉRDŐÍV_2020_2_jatekhasznalat.pdf*
- DUGGAN W. (2022. augusztus 8.): What Is Crypto Gaming? *Forrás: <https://www.forbes.com/advisor/investing/cryptocurrency/what-is-crypto-gaming/>*
- ENET (2018): Egyre többet költünk videojátékra. *Forrás: <https://enet.hu/egyre-tobbet-koltunk-videojatekra/>*
- FLACHNER B. (2022. február 10.): Mégis mi az a metaverzum, amibe hirtelen szerelmes lett az összes milliárdos tech-óriáscég? *Forrás: <https://telex.hu/komplex/2022/02/10/metaverzum-nft-blokkanc-kriptoaluta-microsoft-meta-videojatek-next-earth-1>*
- FLUNGER R., MLADENOW A, STRAUSS C. (2017. december): The Free-to-play Business Model. *Forrás: https://www.researchgate.net/publication/322234515_The_Free-to-play_Business_Model*
- GLOVER E. (2022. május 23.): Play-to-Earn Games Let Users... *Forrás: <https://builtin.com/blockchain/play-to-earn>*
- JOYMECAPITAL (2020. október 16.): Subscription Model is the Trend for Gaming. *Forrás: <http://www.joymecapital.com/news/subscription-model-trend-gaming/#comments>*
- MCGREGOR K. (2019): Steamers vs. e-sports Pros: 5 Main Difference. *Forrás: <https://vidooly.com/blog/steamers-vs-e-sports/>*

NFTINSIGHT (2022. január 18.): What Are Play-to-Earn Games? How Players Are Making a Living With NFTs. *Forrás: <https://decrypt.co/resources/what-are-play-to-earn-games-how-players-are-making-a-living-with-nfts>*

PAVLOVIC D.(2020. július 23.): Video Game Genres: Everything You Need to Know. *Forrás: <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/video-game-genres>*

PETERSON S. (2016. április 27.): The Marketing Power Of DLC. *Forrás: <https://www.alistdaily.com/digital/marketing-power-dlc/>*

ROCKETBRUSH (2022. június 16.): Video game monetarization models overview. *Forrás: <https://rocketbrush.com/blog/game-monetization-models-overview>*

STEPN (2022)
Forrás: <https://stepn.com/>

STÖKI (2017. február 7.): Te érted a gamerszenget? *Forrás: <https://www.gamestar.hu/jatekvilag/do-you-speak-gamer-videojatekos-szlang-223244.html>*

TRISTAO H. (2022. április 19.): Gaming's Live-Streaming Audience Will Hit One Billion Next Year & 1.4 Billion by 2025. *Forrás: <https://newzoo.com/insights/articles/gamings-live-streaming-audience-will-hit-one-billion-next-year-1-4-billion-by-2025>*

UTORONTO (2014. október 17.): University of Toronto study finds action video games bolster sensorimotor skills. *Forrás: <https://media.utoronto.ca/media-releases/university-of-toronto-study-finds-action-video-games-bolster-sensorimotor-skills/>*

VASS D. (2022): eNET videojáték és e-Sport kutatás 2022. *Forrás: <https://enet.hu/enet-videojatek-es-e-sport-kutatas-2022/>*

WIJMAN T. (2022): The Games Market Will Show Strong Resilience in 2022. *Forrás: <https://newzoo.com/insights/articles/the-games-market-will-show-strong-resilience-in-2022>*

9. Táblázatok és ábrák jegyzéke

1. ábra: Játékosok számának alakulása világszinten - 2022	6
2. ábra: A 10 legnagyobb bevétellel rendelkező játékgyártó	7
3. ábra: A globális játékpiacon bevétele platformonként 2022-ben	8
4. ábra: A globális játékpiacon bevétele régióként 2022-ben	9
5. ábra: Nemek megoszlása	27
6. ábra: Életkorok megoszlása	27
7. ábra: Saját tulajdonú eszközök	28
8. ábra: Tanulmányi eredmények megoszlása	28
9. ábra: Játékplatformok átlagos használati ideje hétköznap	28
10. ábra: Játékplatformok átlagos használati ideje hétvégén	29
11. ábra: Első online játékhasználat idejének kezdete	29
12. ábra: Játékválasztás indikációi	30
13. ábra: Alkalmazott játéktípus preferencia	30
14. ábra: Az online játék beszerzésének módja	31
15. ábra: Az online játékvásárlás gyakorisága	31
16. ábra: Az online játékokra átlagosan fordított éves összeg	32
17. ábra: Az online játékokhoz szükséges eszközcsere gyakorisága	32
18. ábra: Az online játékokhoz új eszközvásárlás tervezése	33
19. ábra: A fontosnak tartott játékkiegészítők megoszlása	33
20. ábra: A 10 legnépszerűbb online játék a válaszadók között	34
21. ábra: A játékokkal kapcsolatos komolyabb távlati tervek	34
22. ábra: Az online játékokhasználat során érzékelt pszichés tünetek	35
23. ábra: Az online játékokhasználat során érzékelt fizikai tünetek	35
24. ábra: Az online játékokhasználat során tapasztalt negatív viselkedésmódok	35
25. ábra: Az online játékok készségfejlesztő hatásai	36
26. ábra: A játékok hatása az idegennyelvismeretre	36
27. ábra: A feltett állítások kiértékelése	37
28. ábra: A vereség hatásai a válaszadókra	37
29. ábra: Az online játékokon belül kialakult kapcsolatok	38
30. ábra: A játékokhasználat korlátozásának időtartama	38
31. ábra: A megszűnő korlátozások hatása játékidő	39
32. ábra: A játékmegvonás hatása a válaszadókra	39

33. ábra: Az online játékhasználat motivációi	40
34. ábra: Az online játék használata különböző élethelyzetekben.....	40
35. ábra: Az online játékok hatása negatív egyéb tevékenységekre	41
36. ábra: A VR játékok használatának megítélése.....	41

10. Nyilatkozatok

10.1.Konzultációs nyilatkozat

Hallgató neve: Csábi Attila A3GE0N
Szak, szakirány: gazdaságinformatikus BA levelező tagozat
Konzulens tanár neve: Buday Gergely tanársegéd

Az első személyes konzultáció

Időpont: 2022. szeptember 9.

Téma: A dolgozat témája

A konzulens tanár aláírása: *Buday Gergely*

A második személyes konzultáció

Időpont: 2022. szeptember 30.

Téma: A kérdőív elemei

A konzulens tanár aláírása: *Buday Gergely*

A harmadik személyes konzultáció

Időpont: 2022. október 21.

Téma: A kérdőív kiértékelése

A konzulens tanár aláírása: *Buday Gergely*

A nyilatkozatot a szakdolgozathoz/diplomadolgozathoz kötelezően csatolni kell!

10.2. Hallgatói nyilatkozat

NYILATKOZAT

Alulírott CSÁBI ATTILA, büntetőjogi felelősségem tudatában kijelentem, hogy az általam benyújtott, AZ ONLINE JÁTÉKOK GAZDASÁGI SZEREPE ÉS HATÁSA A FIATALOK ÉLETÉRE című szakdolgozat (diplomadolgozat) önálló szellemi termékem. Amennyiben mások munkáját felhasználtam, azokra megfelelően hivatkozom, beleértve a nyomtatott és az internetes forrásokat is.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozat/diplomadolgozat elektronikus példánya a védelem után a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtárába kerül elhelyezésre, ahol a könyvtár olvasói hozzájuthatnak.

Kelt: BALASSAGYARMAT 2022 év OKTÓBER hó 28 nap.

Csabi Attila

aláírás