



ÓBUDAI EGYETEM

**Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés És Infokommunikációs Intézet**

SZAKDOLGOZAT

**ÓE-KGK
2023**

Hallgató neve:
Hallgató törzskönyvi száma:

**Zámbó Dominik
T008043/FI12904/G**



ÓBUDAI EGYETEM
ÓBUDA UNIVERSITY

Óbudai Egyetem
Keleti Károly Gazdasági Kar
Vállalkozásfejlesztés és Infokommunikációs Intézet

SZAKDOLGOZAT FELADATLAP

Hallgató neve: Zámbó Dominik

Szaktervező száma: [REDACTED]

Törzskönyvi száma: T008043/FI12904/G

Neptun kódja: [REDACTED]

Szak: Gazdaságinformatikus

Specializáció: Vállalatinformatikai specializáció

A dolgozat címe: A játékok hatása a társadalmi életünkre, lelki világunkra és gazdasági döntéseinkre

A dolgozat címe angolul: The impact of games on our social lives, our spiritual world and our economic choices

A feladat részletezése:

1. Mutassa be, milyen hatások érik a gazdasági döntéseinket!
2. Végezzen szakirodalom elemzést gazdasági döntéseinkre!
3. Végezzen primer kutatást gazdasági döntéseinket befolyásoló tényezőkkel
4. A primer kutatás alapján fogalmazzon meg következtetéseket, javaslatokat!

Intézményi konzulens neve: Viktor Patrik

A kiadott téma elévülési határideje: 2024. 12. 15.

Beadási határidő: 2023. 12. 15.

A szakdolgozat: Nem titkos.

Kiadva: Budapest, 2023. 12. 04.



[Handwritten signature]
Intézetigazgató

A dolgozatot beadásra alkalmasnak találom:

[Handwritten signature]

belső konzulens

külső konzulens



HALLGATÓI NYILATKOZAT

Alulírott Zámbo Dominik (Neptunkód: [REDACTED]) hallgató kijelentem, hogy a szakdolgozat saját munkám eredménye, a felhasznált szakirodalmat és eszközöket azonosíthatóan közöltem. Az elkészült szakdolgozatban található eredményeket az egyetem és a feladatot kiíró intézmény saját céljára térítés nélkül felhasználhatja, a titkosításra vonatkozó esetleges megkötések mellett.

Budapest, 2023.12.07.

Zámbo Dominik

hallgató aláírása

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS	1
2.	SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS.....	2
2.1.	A játék eredete.....	3
2.2.	Társadalmi hatások.....	6
2.3.	Flow elmélet és az impulzusvásárlás	17
3.	ANYAG ÉS MÓDSZERTAN	26
3.1.	Leíró statisztika	27
3.1.1.	Demográfiai adatok.....	27
3.1.2.	Egészségügyi és mentális állapot.....	30
3.2.	Keresztábra elemzések	32
3.2.1.	Hipotézis I: A kitöltő életminőségére hatással van milyen játékkal játszik 32	
3.2.2.	Hipotézis II: A videójátékos közösség sokkal fogékonyabb az impulzusvásárlásra.....	38
3.2.3.	Hipotézis III: A magasabb végzettséggel rendelkezők kevésbé fogékonyak az impulzus vásárlásra	43
4.	ÖSSZEFOGLALÁS	45
	IRODALOMJEGYZÉK	47
	MELLÉKLETEK.....	I
	TARTALMI KIVONAT.....	IV

SUMMARYIV

ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra - Crawford játék fogalma	4
2. ábra- Az Xbox Series S az Amazonon.....	5
3. ábra- A League of Legends "lootbox" esélyei	8
4. ábra-A Genshin Impact Gacha esély Forrás:fandomspot	10
5. ábra-Az elmúlt időszak legdrágább sportkártya eladásai az ebayen.....	17
6. ábra-A legnagyobb játékfejlesztő cégek felvásárlása	25
7. ábra-Korcsoport adatok.....	27
8. ábra- A kitöltők végzettségének eloszlása	28
9. ábra- A kitöltők nemének eloszlása	28
10. ábra- A kitöltők párkapcsolati állapotának eloszlása.....	29
11. ábra- A kitöltők életminőségének saját értékelése.....	30
12. ábra-A kitöltők elégedettsége az egészségükkel	31

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. táblázat-Életminőségi adatok játékcsoportosítások alapján.....	32
2. táblázat-Hipotézis: A választott játékok hatással vannak az életminőségre	33
3. táblázat-Hipotézis: A játékcsoportosítás kapcsolatban van az egészséggel	33
4. táblázat-Hipotézis: A játékcsoportosítás kapcsolatban van az élet értékelésével.....	33
5. táblázat-Hipotézis: A hagyományos videójátékok kapcsolatban vannak a személyes kapcsolatok minőségével	34
6. táblázat-Khi négyzet teszt az 5. táblázathoz	34
7. táblázat-A mobilos játékosok személyes kapcsolatainak értékelése	35
8. táblázat- Khi négyzet teszt a 7. táblázathoz	35
9. táblázat-Hagyományos videójátékok hatása a negatív érzelmekre.....	36
10. táblázat- Khi négyzet teszt a 9. táblázathoz	36
11. táblázat- A mobiljátékok kapcsolata a negatív érzelmekkel.....	37
12. táblázat-Khi négyzet teszt a 11. táblázathoz	37
13. táblázat-Hagyományos videójátékok kapcsolata az impulzusvásárlásra.....	38
14. táblázat-Khi négyzet teszt a 13. táblázathoz	38
15. táblázat-Mobiljátékok hatása az impulzusvásárlásra	39
16. táblázat-Khi négyzet teszt a 15. táblázathoz	39
17. táblázat-Khi négyzet teszt a 16. táblázathoz	40
18. táblázat-Mobiljátékok kapcsolata a vásárlás típusokkal	40
19. táblázat-Hagyományos videójátékok hatása a vásárlási csoportokra	41

20. táblázat-Khi teszt a 19.táblázathoz	41
21. táblázat-Vásárló típusok játékok alapján	42
22. táblázat-Cramer V a 20. táblázathoz	42
23. táblázat-Vásárlótípusok végzettség alapján	43
24. táblázat-Khi négyzet teszt a 23. táblázathoz	44

1. BEVEZETÉS

Egészen fiatal korom óta foglalkoztattak a videójátékok, ezért választottam ezt a témát. A szakdolgozatom folyamán szeretném kifejtetni a játékok pozitív hatását a mindennapi életünkre és igyekszem ezt az ezzel járó negatív tényezők megemlítésével tenni. Mivel az életem során rengeteg más hasonló hobbival megismerkedtem nagyon érdekelt, hogy esetlegesen a játékoknak van-e hatása arra, hogy milyen az adott ember életminősége. Ezt szeretném több szempontból megvizsgálni.

Először is szeretném megvizsgálni a játékok hatását a kitöltő egészségére és életminőségére, hogy a gyakori negatív média hangok mennyire valósak. Szeretném megvizsgálni azt, hogy milyen módokon ösztönöznek a játékok a vásárlásra. Emellett szeretném megtudni, hogy milyen mértékben hat az impulzusvásárlási szokásokra a videójáték.

Azért választottam ezeket a témákat, mert nagyon gyakran észrevettem a saját életemben, hogy a játékok számomra is nagyon feltűnően használnak olyan módszereket, amelyek rávesznek a vásárlásra. A legtöbb mobilos játékban például szinte mindig lehet fizetni azért, hogy előnybe kerülhessünk a többi játékoskal szemben.

A baráti társaságomban nagyon sokszor együtt vártuk különböző játékok megjelenését. Nagyon sokszor együtt vásároltunk meg egy játékot valamilyen leárazás folyamán. Rengetegszer együtt játszottuk az újonnan az Epic Games által ingyenesen kínált játékokat hetekig.

Egész életemben elképesztőnek tartottam azt, ahogyan a videójátékok fejlődtek mióta én élek. Gyerekkoromban elképzelhetetlennek tartotta mindenki, hogy egyszer valaki megélhet a videójátékokból, azokon kívül, akik fejlesztik. A 2000-es évek elején elkezdtek hihetetlen népszerűvé válni a különböző videójátékokkal foglalkozó újságok, mint a GameStar vagy PC guru magazin. Ez volt az, ami szerintem megalapozta a modern kori tartalomgyártást. Amikor általános iskolás koromban rengeteget játszottam mindenki arról álmodott, hogy milyen jó lenne, csak videójátékokból megélni. Amikor kezdtem az általános iskolát, akkor indult el a mai napig nagy sikernek örvendő League of Legends, ami megnyitotta ehhez a kaput. A mai napig emlékszem arra, hogy amikor én is csatlakoztam a játék közösségéhez és megnéztem az első világbajnokságomat milyen élményekkel gazdagodtam. Ezen a világbajnokságon élőben zenélt az akkor hatalmas népszerűségnek örvendő Imagine Dragons. Még Magyarországon is mozikban lehetett élőben nézni a meccseket, amely eddig elképzelhetetlen volt sokak számára. Ez volt az a pont az életemben, amely rádöbbenett arra, hogy a videójátékok lesznek a jövőben az egyik leggyorsabban fejlődő média iparág.

2. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

A játékok mindennapi életünk szerves részei. A mai napig nagyon sok megfogalmazással találkozhatunk a szó jelentésével kapcsolatban. A szakdolgozatomban az Arcanum internetes szótárban található Kedvtelésből v. szeszélyből végzett cselekvés megfogalmazást fogom alapul venni, mivel ebbe beletartozik az összes általam vizsgálni kívánt kategória. Ebben a fejezetben igyekszem körül járni a játékok történelmét és a jelenlegi életünkre gyakorolt hatásait. Szeretném körbejárni a videójátékok, a társasjátékok, szerepjátékok és kártyajátékok társadalmi és gazdasági hatásait a mai világra. Személy szerint én az majdnem az összes ilyen csoportban valamilyen szinten részt veszek vagy rész vettem valamikor az életem során. Rendszeres videójáték és társasjáték felhasználó vagyok és az asztali szerepjátékokkal is megismerkedtem a középiskola és a covid idején. Emellett a hobbi NBA kártyagyűjtésbe is belekóstoltam középiskolás éveim folyamán. A barátaim társaságában ezek a hobbik nagyon gyakran megtalálhatóak, így igyekeztem a lehető legtöbb információt összeszedni minden forrásból. Sajnos kijelenthető, hogy ezek közül néhány téma még gyakran kifejtetlen a szakirodalomban, mivel mondjuk a sportkártyák és egyéb más kártyák gyűjtése még sok esetben egy nem vizsgált téma. Igyekszem a legtöbb esetben körül járni, hogy az esetleges játékfajták milyen hatással vannak az adott egyén mentális képességeire és mely módokon képes akár megreformálni az oktatást és esetlegesen bizonyos országokon belül vált sikeresen az oktatás alapjává valamilyen játék. Emellett pedig olyan szakirodalmakat is elemezni fogok, melyek a jövőbeni változásokat ajánlanak és feszegetnek az oktatás reformjára vagy éppen a mentális betegségekkel élő páciensek pszichológiai kezelésére. Szeretném körüljárni, hogy ezekben az esetekben milyen módon manipulálnak ezek a médiumok a mai világban. Elemzem a játék történelmi eredetét és azokat az embereket, akik a történelem folyamán elsőként fogalmazták meg ennek a szónak a jelentését. Körüljáró a videójátékokat övező negatív megítélést és szeretném bemutatni, hogy mennyi pozitív hatással jár a sok negatív média megjelenés ellenére. Nagyon sok esetben a köztudatban az a kép él a játékokról, hogy semmilyen pozitív hatással nem jár életünkben a szórakozáson kívül, de ezt nagyon sok szakmai irodalom megcáfolja.

2.1. A játék eredete

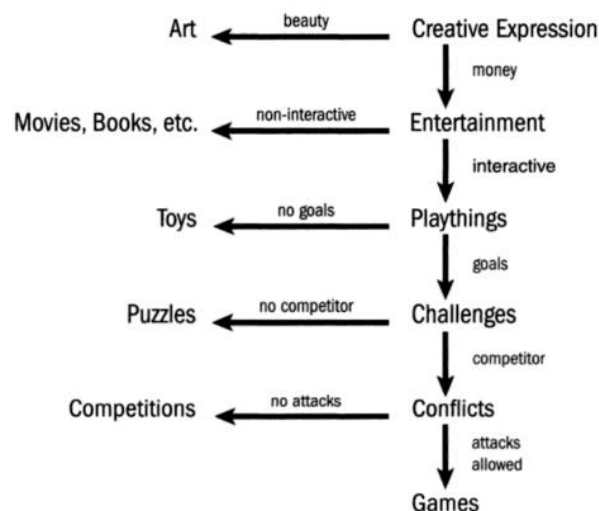
Ludwig Wittgenstein, Ausztriai filozófus volt feltételezhetően az első akadémikus, aki megfogalmazta a játék definícióját, a *Philosophical Investigations* című művében 1953.-ban. Ő főképp onnan közelítette meg a témát, hogy a játékokat nem a szabályok, a játékmenet vagy a versengés, ami megfelelően definiálja, mivel különböző játékfajtákat különböző szabályrendszerekkel írhatunk le. Az általa megkérdezett emberek mindig, csak az általuk preferált játék alapján próbálták megfogalmazni a játék fogalmát, az akkoriban nagyon népszerű sakk és dáma alapján sokan csak a táblajátékokra fogalmaztak meg definíciót, többen pedig csak a kártyajátékokra. Szerinte a játékok nem fogalmazhatóak meg ily módon, mivel az egy közös tulajdonság, amit az emberek látnak az valójában több egybevágó hasonlóság összessége, ő ezt a családokhoz hasonlította, ezért azt állapította meg, hogy a játékok egy „családot” alkotnak nem pedig egy konkrét fogalomként értelmezhető. (Wittgenstein, 1953) Véleményem szerint ez a definíció kifejezetten időtálló, mivel, ha megnézzük korunk játékeit igen nagy különbségeket tapasztalhatunk például egy videójáték, a sakk és mondjuk a különböző szerepjátékok között. Emellett a közös tulajdonságaik az idők során pedig egyre inkább csak csökkentek. Wittgenstein nem élte meg, hogy elkészüljön az első videójáték(1958) vagy megjelenjen az első asztali szerepjáték(1974), amik elindították a modern játékok aranykorát, tehát az ő megfogalmazása óta rengeteg új dolog jelent meg a játékok piacán.

Roger Caillois francia szociológus 1961-ben majdnem 10 évvel Wittgenstein is körbejárta a témát *Les jeux et les hommes* című könyvében. Ő meg tudott fogalmazni egy konkrét szabályrendszert, de ez véleményem szerint már idejétmültté vált, mivel szerinte az egyik szabály, hogy non-produktív tevékenységnek kell lennie és ez a modern játékokra nem jellemző. Rengetegen használnak játékokat tanulásra, a block-chain technológia terjedésével sokan kísérleteznek videójátékokkal melyekkel valós pénzt lehet keresni, de elég akár csak *Counter-Strike: Global Offensive* nevezett játék és a Valve játékgyártó cég által bevezetett rendszerre gondolni, ahol a játékban szerzett különböző ládákat melyben fegyver kinézetek találhatók el lehet adni valós pénzért a közösségi piacon vagy elcserélni más kinézetekre. A Valve rendszerét rengetegen használják ma is valós bevétel szerzésére.

Ezen kívül a többi általa megalkotott szabály a következő: szórakoztatónak kell lennie, időhöz és helyhez kötött kell legyen, a kimenetel nem lehet előre látható, szabályrendszere el kell térjen a mindennapi élet szabályrendszerétől és fiktívnek kell lennie.(Caillois, 1961) Ezen szabályrendszer egy része a későbbiekben fellelhető Crawford definíciójában is.

Chris Crawford amerikai videójáték fejlesztő, csak a számítógépes világban fogalmazta meg a játékot, de ő az aki főképp az interaktivitás szempontjából vizsgálta a témát, amit én a legmodernebbnek tartok, mivel ez a leginkább kézzelfogható a mai világban is, ugyanis az biztosan kijelenthető, hogy minden egyes játékhoz szükséges valamilyen mértékű interakció és ez szinte az összes modern fogalomban megjelenik.

Figure 1.1 puts a variety of terms into perspective.



1. ábra - Crawford játék fogalma

Forrás: Chris Crawford: On Game Design

Az alábbi ábrán látható ő egy feltétel rendszer alapján fogalmazta meg a játék fogalmát, amit már sok modern játék már felülírt vagy rengeteg modern játékra nem alkalmazható. (Crawford,2003)

Ahogy a történelem haladt a játékok egyre inkább kitörtek a csak gyerekek számára alkotott lefoglaló tevékenységek és az unalom elűzésére szánt cselekedetek közül. Ma már rengeteg ember van a világon, aki valamilyen szinten a játékból él. Munkaként tekinthető, ha valaki profi sakkozó, profi videójáték játékos, pókerjátékos vagy akár valamilyen tartalomgyártó. Amikor az előzőekben említett emberek éltek és alkottak még, csak az élhetett meg a játékokból, akik gyártották ezeket.

Mikor még Crawford videójáték dizájnereként a szakma nagyjai között volt nehéz volt látni, hogy egyáltalán a videójátékok közel kerülhetnek mélységben a papír alapú játékokhoz. Ma már dollármilliók üzletágak épültek a videójátékokra, és az elmúlt 5 évben a háromszorosára nőtt a videójáték piac bevétele, ez 333.9 milliárd dollárt jelent. Naponta több száz vagy több ezer ember követ játékokat vagy éppen játékos rendezvényeket és ezek a számok napi szinten csak nőnek. Egy új videójáték, a Starfield megjelenése éppen a napokban emelte meg a Xbox Series S konzol eladásait több, mint 1000%-al az Amazon platformján. A kiadó pedig 2 nappal a megjelenés után kiadott egy közleményt, hogy a játék átlépte a 6.000.000 játékost. (gamereactor.eu, 2023)



2. ábra- Az Xbox Series S az Amazonon

Forrás:gamereactor.eu

Jól látható, hogy sokan sok szakterületről megfogalmazták már mi az a játék a kezdetekben is, de ha megnézünk egy mai szótárt a jelentést a mai napig rengeteg módon lehet megfogalmazni. Ebben közrejátszik az is, hogy minden egyes játék típus sok-sok altípusra bontható. Ráadásul az is jól látható, hogy minden definíció erősen kötött az adott ember szakterületéhez és a korhoz amiben él vagy élt. Mivel ezen a területen hihetetlen gyors a fejlődés, kifejezetten a videójátékok területén, de rengeteg más területre is befolyt a játék, akár a könyvpiacot nézve a Kaland-Játék-Kockázat könyvek vagy a mobiliparba a telefonos játékok. Emellett az üzleti életben is megjelent a gamifikáció, mely során egy terméket játék tulajdonságokkal ruháznak fel készítői a vásárlás vagy felhasználás ösztönzésére.

Nem utolsó sorban pedig a tudomány is felfigyelt a játékokra és egy egész matematikai tudományág épült fel a játékokra, amit játékelméletnek neveznek. Emellett már a politikai és gazdasági világ szerves részévé vált. Sok-sok film és sorozat veszi alapjául vagy erősen használja ezt a tudományágat, mint például a Prison Break című sorozat.(monstersandcritics.com,2017)

Végül pedig egész szórakoztatóipari ágak épületek a játékok köré. Gondoljunk csak a szerencsejáték iparra és bizonyos sportokra. A szerencsejáték ipar ma már a világ egyik legnagyobb bevételű iparága és meghatározó része az emberek mindennapjainak sok-sok éve, csak úgy mint a különböző labdajátékok, mint például a labdarúgás. Elég csak arra gondolni, hogy manapság hány ember fordul meg Las Vegas kaszinóiban nap, mint nap vagy éppen mennyi pénzért igazolnak le egy sztárjátékost valamilyen sportban.

2.2. Társadalmi hatások

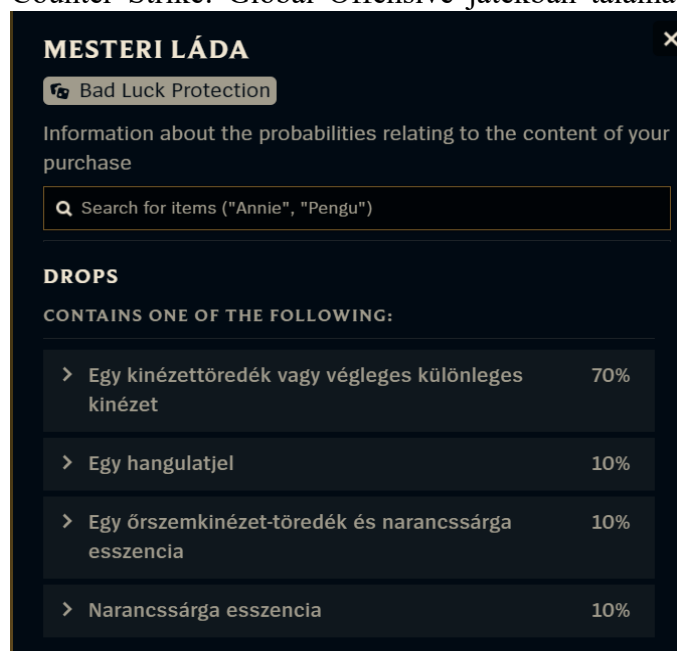
A modern korra jellemző, hogy a játékok nagyon széles felhasználási körrel rendelkeznek. Ma már használják a játékokat oktatási vagy éppen terápiás célra is. Ellenben rengeteg olyan negatív hatással is találkozhatunk, mint a szerencsejáték vagy a videójáték függőség, amely több ezer ember életét teszi tönkre. 2002-ben egy kutatás keretein belül kiderült, hogy azok akik a múltban videójáték fogyasztók voltak heti legalább 3 óra játékidővel azok az orvosok 37%-a kevesebb hibát vétettek és 27%-al gyorsabban is teljesítették a tesztfeladatot. Azok, akik az adott időben is videójátékoztak szintén sokkal jobban teljesítettek, mint a nem videójáték fogyasztó kollegáik.(Rosser et al.,2007) Ahogyan a sportok(labdajátékok) nagyon sok formában javítják a szem-kéz koordinációt, úgy a videójátékok is képesek ilyen irányba fejleszteni az embereket. A modern oktatási rendszernek szüksége van játékokra, mivel jól látható tendencia, hogy nem célravezető ma már, hogy az iskolákban a diákok passzívan csak figyeljenek mivel kimutatható, hogy a gyorsuló világ hatására sokkal rövidebb ideig képesek már az emberek fenntartani a figyelmüket és ez egyre csak csökken, ahogy az írott és olvasott szövegek is háttérbe szorulnak. Látható, hogy az olyan platformok, mint például a Tiktok ezt a folyamatot, csak erőteljesen gyorsítják. Ma már az információ átadására, csak néhány másodperc áll rendelkezésre, ami nagyon sok médiumot ellehetetlenít. Emellett a videójátékok hatalmas népszerűségnek örvendenek. Egy átlagos fiatal ma mire 21 éves lesz már több, mint 10.000 órát töltött videójátékokkal.(Prensky, 2001)

Fontos kiemelni, hogy a videójátékok pozitív hatással vannak a diákok történelmi képességeinek fejlesztésére. Egy kutatás során a diákokkal a Civilization nevű videójáték keretein belül ismertettek meg különböző történelmi témákat. Mielőtt elkezdődött a felmérés a diákokat az óra keretein belül felmérték 7 témában melyek: a játék mechanikák, a gazdaság, kulturális előítéletek, politikai rendszerek és világtörténelem, determinizmus, harc és brutalitás, nemek. A Civilization egy olyan stratégiai játék, melyben egy történelmi ország egy híres uralkodóját alakítjuk a történelem során. A játék az első település létrehozásától a 21. századig tart, vagy addig míg valamilyen játékos meg nem nyeri a játékot a lehetséges módok egyikén ezek: Diplomáciai győzelem, Kulturális győzelem, Hadi győzelem, Technológiai győzelem vagy pedig Vallási győzelem. Mivel ez a játék nem igényel komolyabb erőforrásokat és nincs is hozzá szükség bármilyen játékok terén szerzett különleges képességhez, ezért tökéletes tanulási célra. Emellett pedig látható, hogy a játék során megtapasztalhatják a tanulók, hogy a dolgok, amelyek szükségesek a „győzelem”-hez mind kéz a kézben járnak, ezáltal könnyebben megérthetőek a nagy birodalmak és nemzetek felemelkedése.(Moshirina,2007)

A 2019-es Notre Dame-i tüzeset után a Ubisoft játékfejlesztő cég 500 ezer euróval támogatta meg a felújítási munkálatokat, emellett pedig a projekten dolgozó csapat rendelkezésére bocsátotta az Assassin's Creed Unity nevezetű játékukban található Notre Dame modelljeit és egyéb terveiket. Az Assassin's Creed játéksorozatban egy különböző történelmi korokon átívelő konfliktust követhetünk végig két kitalált szervezet között. A Unity-ben a nagy francia forradalom korszakát veszi alapul a játéksorozat és természetesen bejárható benne az egész Notre Dame, ez segíthet a helyreállításban résztvevő csapatnak, hogy megfelelően helyreállítson szobrokat például.(artstation, 2023)

A videójátékok területén rengeteg vásárlásra ösztönző tényezőt implementálnak a fejlesztők. Ilyenek például a mikrotranzakciók népszerűvé válása és az ezek ösztönzésére használt lootbox és gacha rendszerek. Sok videójáték ma már különböző freemium modellek alapján indul vagy pedig teljesen ingyenesen és játékok belüli vásárlásokkal tartják fent a szolgáltatásuk. A 15 legnagyobb játékosbázissal rendelkező videójáték közül, csak három darab van, ami nem valamilyen ingyenes modellel működik. (activeplayer.io,2023) Ezek az ingyenes modellel működő videójátékok egyik nagy vásárlás ösztönző eszköze az impulzusvásárlás. Rengetegszer az emberek szimplán csak egy megtetsző ruha vagy kinézet miatt vásárolnak meg egy játékot vagy egy játékon belüli tárgyat.

Több országban már törvényeket vezettek be a videójátékokban található loot boxokra. A loot boxok olyan játékokban vásárolható tárgyak melyek bizonyos szinten szerencsejátéknak minősülnek, ugyanis megvásárolhatunk valós pénzért valamilyen csomagot, melynek tartalma teljesen véletlenszerű tárgyakból áll. Ilyen rendszert láthatunk a sportjátékokban, ahol vehetünk egy csomag játékost, a képzeletbeli csapatunkba valós pénzért, de nem tudhatjuk, hogy a legritkább focisták egyikét vagy egy teljesen ismeretlen játékost kapunk a pénzünkért. A legtöbb esetben a legjobb játékosok nem megszerezhetőek játékon belül vagy, csak más játékosoktól megvásárolva. Más esetekben kozmetikai tárgyakat szerezhethetünk karaktereinkre. Ezt már említettem a Counter Strike: Global Offensive játékban található ládákkal. Sok országban ez már



3. ábra- A League of Legends "lootbox" esélyei

Forrás:saját kép

szerencsejátéknak minősül, amire a legtöbb országban komoly szabályrendszer van. Kínában kötelező feltüntetni, hogy ez egy véletlenszerű „húzáson” alapuló termék és kötelező feltüntetni, hogy mennyi esély van egy adott kimenetelre, tehát a kínai verziójában a sport játékoknak valamilyen formában kötelező feltüntetni, hogy mekkora esély van arra a bizonyos játékosra a csomagban.

Ők két kategóriát fogalmaztak meg. Az első, hogy ha bizonyos kategóriákra bontható az adott doboz tartalma, akkor csak az adott kategória előfordulási valószínűségét kötelező megadni. A másik pedig, ha különböző tárgyak vannak, akkor minden egyes tárgy valószínűségét fel kell tüntetni. Ez például egy nagyon komoly szempont Kínában, hogy engedélyezzék az adott játéknak a forgalmazását az országban. Az Egyesült-Királyságban több, mint 10,000 ember írt alá egy petíciót, hogy terjesszék ki a szerencsejáték törvényeket a loot boxokra. A brit kormány, úgy döntött, hogy amíg a játék során szereshető tárgyak nem válthatóak valószínű pénzre, addig nem szükséges a szerencsejátékokra vonatkozó szabályokat kiterjeszteni ezen videójátékokra.

Japánban, ahol az úgynevezett „Gacha” játékok megjelentek és a mai napig nagyon népszerűek, szükséges volt irányelveket létrehozni a játékosok védelmére. A gacha játékok abban különböznek a loot boxoktól, hogy ezek a játékok általában ingyenesen játszhatóak és egy vásárlás során, csak egy nyereményre van esélyünk. Egy kutatás során kiderült, hogy Japánban a legnagyobb az egy főre jutó bevétel az ilyen játékoknál, ezért volt szükség a szabályozásra. A Japán játékfejlesztők szövetsége felállított egy négy pontot tartalmazó irányelvekből álló listát, hogy az egész rendszer önszabályozóvá válhasson.

A céljuk az volt, hogy transzparensé tegyék a gacha játékok piacát, azzal hogy legalább egy pontot be kell tartania mindenkinek. (Koeder et al., 2017) A négy pont:

1. Kötelező feltüntetni milyen esélye van az adott tárgynak,
2. 50000 jen kifizetése után a felhasználó választhasson egy tárgyat, ha ehhez több befektetett pénz szükséges azt fel kell tüntetni,
3. Láthatóvá kell tenni az alsó és felső határokat a ritka tárgyak megszerzéséhez,
4. A várható költsége egy adott tárgynak a százszorosa egy „húzás” árának, ha ez több kötelező feltüntetni.



4. ábra-A Genshin Impact Gacha esély

Forrás:fandomspot

A videójátékok esetében egy másik nagyon gyakori új monetizációs forma, ami pedig a „battle pass” névre hallgat. Ebben a monetizációs formában a játékosok általában egy ingyenesen játszható játék folyamán befizethetnek egy adott összeget, ami kinyitja ezt a rendszert és a játékos különböző mérföldkövek teljesítése után valamilyen prémium ajándékban részesül, ez általában olyan ritka kinézeteket jelent, ami csak ebben az időszakban megszerezhető. Ugyanis minden battle pass időhöz kötött, tehát a játékosnak előre meghatározott idő alatt kell megszerezni a battle pass legvégén található értékes nyereményt. (Joseph, 2021)A battle pass rendszer többnyire ma már minden játékban megtalálható. Ez a rendszer a „battle royale” játékok népszerű hullámával tört be a köztudatba. Ezek a játékok Takami Koushun Battle Royale (1999) könyvének alapszanak, a könyvben középiskolás diákoknak kell egy szigeten vére menő csatát vívnia, melynek a célja, hogy csak egyikük maradhat, de sokan inkább ezt a fajta történetet és „játékot”, Suzanne Collins Hunger Games(2008) című könyvéből ismerhetik, amely könyvként és a megfilmesített változatként is hatalmas sikereket ért el. Maga a játékmechanika nagyon könnyen átvihető játékokba, amelyre meglepően elég sok időt kellett várni, mégpedig a PlayerUnknown’s Battle Grounds(röviden PUBG) névre hallgató játék megjelenéséig. 2017 márciusában jelent meg korai hozzáférésű játékként, azóta a játék egy kisebb változtatáson esett át és azóta a neve PUBG: Battlegrounds.

A PUBG sikerén fellelkesülve az Epic Games elkészítette a Fortnite:Battle Royalet, amely 2017 szeptemberi megjelenése óta is az egyik legnépszerűbb játékként van nyilvántartva. A Fortnite szezonokra bontott játékmenete, pedig tökéletes lehetőséget nyitott az Epic Games számára, hogy ezt a rendszert tökéletesen implementálhassák játékukba, ugyanis egy szezon 10-20 hétig tart, majd ezután valamilyen változás csomagot hoznak a játékba. Ilyen például pálya részek változtatása, fegyverek változtatása vagy éppen teljesen új fegyvereket vagy játékelemeket hoznak be a játékba. A második szezon megjelenésével december 14.-én elhozták a játékba az első battle passt, amelyet 950 V-Buckért(a Fortnite virtuális fizetőeszköze) lehetett megvásárolni, ami körülbelül 10 amerikai dolláros árat jelent. Az Epic Games ebben csomagban lehetőséget adott, hogy ezzel a 10 dolláros „befektetéssel” folyamatosan lehessen battle pass hozzáférése a felhasználónak, ugyanis a teljesítéséért összesen 1500 V-Buck volt szerezhető, amely körülbelül 75-150 óra játékidő alatt teljesíthető a játékfejlesztő cég állítása szerint. Ezt a játékidőt lehetett csökkenteni, ugyanúgy V-Buck vásárlással és az ebből történő szintek megvásárlásával. Ennek a rendszernek a bevezetésének hála a harmadik szezon megjelenésével február 22-én az első nap 5 millió battle passt adtak el, amellyel akár 50 millió dolláros bevételre tehetett szert. (vg247.com, 2017 & gamesindustry, 2018) Alapvetően a battle pass rendszer nem itt indult el, hanem a már említett Valve cég egy másik játékában, amely pedig a Dota 2, ahol az egyik világbajnokság kezdete előtt a Valve kiadta az úgynevezett Compendiumot, amelyet a játékosok megvásárolva különböző kozmetikai tárgyakat kaptak, játszhattak fanstasy ligákban és részt vehettek tippjátékokon. A megvásárolt termékek árának 25%-a a világbajnokság nyeremény alapjához adódott, ezzel is növelve a játék népszerűségét, ugyanis sokáig ennek a játéknak volt a legnagyobb nyeremény alapja. Ez a rendszer a mai napig él a Dota 2-ben 2021-ben 40 millió dollár volt a nyereményalap, amelyből csak 1,6 millió dollárt állt a Valve, az összes többi a játékosok fizették, de már az első évben is több, mint egy millió dollár összegyűlt ebből a rendszerből.(Dota 2 Prize Pool Tracker, 2023) Nagyon sok embert motiváltta ez, hogy profi játékos karrierbe kezdjen. Azóta dokumentumfilm is készült a Dota 2 versenyzés kezdeti időszakáról, amit a Valve youtube csatornáján lehet megtekinteni és jelenleg 6,6 millió megtekintés található rajta. A dokumentumfilm 9 éve készült és három profi életútját követhetjük benne, hogy hogyan jutottak el a legelső világbajnokságra, de megszólal benne többek között Jeremy Lin egykori profi NBA(Észak-Amerikai kosárlabda liga) játékos is. (Youtube,2023)

A battle pass rendszerek a szerencsejáték érzést cserélik le, arra az érzésre, hogy a felhasználó nem szeretné abbahagyni a játékot, mert akkor lehet hogy nem tudja időben befejezni a battle pass-t vagy éppen ezért fognak bónusz pénzt költeni, hogy nehegy esetleg lemaradjanak. A battle pass egy hasonlóan addiktív rendszer, akár csak a loot boxok, mivel itt azt az érzést próbálják megragadni a játékosokban, hogy valamilyen kozmetikai tárgy akár presztízst is jelenthet a játékos közösségben. (Petrovskaya&Zendle, 2020) A 15 legjátszottabb videójáték listáján 11 játék tartalmazza valamilyen időszakonként a battle pass rendszert, amelyből látható, hogy mekkora népszerűségnek örvend ez a rendszer a játégyártó cégek között. (activeplayer.io,2023) Fontos kiemelni, hogy az Fornite rendszerét nem szabad etalonnak venni, ugyanis például a League of Legends-ben nem lehetséges valós pénz egyszeri befizetésével „örök” battle passra szert tenni, ugyanis ott semmilyen formában nem kapható vissza a befizetett összeg.(Riot Games, 2023)

A videójátékok megítélésével szemben a mai napig sokkal pozitívabb reputációnak örvendenek a társasjátékok. Pozitív hatásait nagyon sok kutatás vizsgálta és a közvélemény nem vélekedik róla olyan negatívan, mint a videójátékokról. Kimutatták kutatásokkal, hogy a gyerekeken megfigyelhető, hogy a társasjátékok hatására sokat javulnak a kooperációs képességeik. Emellett azt is kimutatták, hogy a szegényebb sorból jövő gyerekeknek kifejezetten javítja a matematikai képességeit. A Monopoly nevezetű társasjáték megfigyelhető, hogy jól bemutatja az alap gazdaságot és segít megtanítani a fiatalok számára néhány alap pénzügyi témát, de egyetemi oktatásban is használható. Segít megtanulni a felelős költekezést és a tervezett befektetés fogalmás is könnyedén. Emellett a kommunikációs képességek is fejlődnek miután elkezdődik az a rész a játékban, amikor már szükség van alkudozásra és tárgyalásra a többi játékosal. Megfigyelhető mindannyiunk számára, hogy a kooperatív játékok nagy mértékben elősegítik társas kapcsolatainkban a közös munkát. Különböző kvíz játékok pedig az emberek lexikális tudását mélyíthetik a világ minden területén. Nagyon könnyű a fiatalok számára játékosan fejleszteni a szókincset a különböző szókirakó játékok során, mint például a Scrabble!. A mai világban, ahol egyre inkább háttérbe szorul az olvasás, ez az előnye az ilyen fajta játékoknak, amik a jövőben egyre inkább értékesebbek lesznek. A játékokat sok országban oktatási célra használják és a tanterv része. Oroszországban és Hollandiában bekerült a tantervbe a Dáma, míg Franciaországban és Argentínában a sakk része évtizedek óta az oktatásnak.

Japánban főként a GO és a Shogi nevezetű játékok használatosak erre a célra. Minneapolisban, pedig a Monopoly került be a tantervbe. De Észak-Amerikában több, mint 1600 Scrabble klub jött létre az évek során ugyanis az országokban, ahol erősen él az iskolákban a klubbok kultúrája, mint például Japán vagy az Egyesült Államok területén, inkább vegyesen osztják meg a társasjátékokat a tanterv és a klubtevékenység között. (Hinebaugh, 2009)

Meglepő módon a mai napig a legnépszerűbb társasjáték a sakk, évente több, mint 3 millió darabot adnak el ebből a játékból, csak az Egyesült Államokban, de sajnos a kitalálása óta eladott darabszámot nem tudjuk biztosan. A második legtöbb példányban eladott játék a dáma, amit több mint 50 milliárd példányban adtak el mióta létrejött. Jól látható, hogy a mai napig a régi táblajátékok a legnépszerűbbek, de a harmadik helyen a klasszikus Monopoly áll, ámbar ebből a játékból, csak 275 millió példányt adtak csak el. Jól megfigyelhető, hogy az idők során a táblajátékok népszerűsége nem csökkent. (fun.com,ni)

A harmadik nagy kategóriában a különböző szerepjátékokat szeretném megemlíteni. Ezt még szeretném két kategóriára bontani. Az egyik kategória az a különböző asztali szerepjátékok. Az asztali szerepjátékok során összeülhetünk barátainkkal egy-egy alkalomra és eljátszhatunk egy teljesen saját történetet. A játék lényege, hogy keresünk egy számunkra megfelelő szabályrendszert, ami megadja a játék keretét, majd pedig az általunk kitalált karakterek bőrébe bújva végig haladunk a játékmester, avagy Dungeon Master számunkra állított kihívásain. Szabályrendszerek széles palettájából választhatunk, amikor oda kerül a sor, választhatjuk a Fantasy beállítottságú Dungeons&Dragons-t vagy a H.P. Lovecraft rémvilágába kalauzoló Call of Cthulhu-t. Miután sikeresen kiválasztottuk a szabályrendszert egy alapos átolvasás után már, csak a szükséges dobókockák beszerzésére van szükség és már készíthetjük is karaktereinket a kalandra. Kutatások kimutatták, hogy az ilyen úgynevezett Asztali szerepjátékok, az angol Tabletop Role Playing Games szóból eredően, javították az emberek mentális egészségén a pandémia alatt. Amikor minden le volt zárva én magam is sokszor összegyűltem barátaimmal az online térben néhány játékalomra, hogy heti szinten fenntarthassuk egymással a kapcsolatot.

Egy kutatás kimutatta, hogy az asztali szerepjátékok használhatóak oktatásra a különböző történelmi témák feldolgozásához, mint például az elnyomás vagy a különböző kulturális és politikai rendszerek bemutatása. Ellenben rengeteg hátráltató tényező is fellelhető a szerepjátékok oktatásba emelésével. Többek között az, hogy a játékmester szerepe erősen több energia befektetést igényel, mint az egyszerű játékos karakterek játszásához. A játékmester számára fontos, hogy otthonosan mozogjon az egész témában és minden egyes alkalomra megfelelően felkészülten érkezzen az adott játékalalomra, emellett pedig szükséges, hogy teljes mértékben a játékosok személyéhez alakíthassa az adott szituációkat.(petousi et al.,2023) Emellett kifejezetten nehéz megtartani a történelmi hitelességet a játékokban és elkerülni az anakronizmus okozta problémákat. Emellett a kutatásban megkérdezett tanárok kiemelték, hogy azt viszont nagyon pozitívnak tartják, hogy a karakter készítés folyamán hogyan jönnek létre a „hősök” és ezáltal könnyebben megérthetik, hogy a valóságban hogyan működik ez. A másik nagy kategóriába a különböző élő-szerepjátékokat tenném, ahol az adott játékosok összegyűlnek egy adott területen és az általuk kitalált szabályrendszerek közt eltöltenek néhány napot. A különböző hagyományőrző/lovagi táborok a mai napig népszerűek a fiatalok körében, de a felnőttek számára is létező különböző katonai tematikájú szerepjátékok is népszerűek, az air-soft fegyverek köztudatba jövetelével.(petousi et al.,2023)

Kutatások szerint a serdülőkorban lévő gyerekek esetén rengeteg pszichológiai hatást tulajdoníthatunk az asztali szerepjátékoknak, mivel az internetes zaklatás egyre inkább kihatással van életükre. Egy amerikai kutatás szerint az Egyesült Államok területén élő serdülők 11,4%-ának volt már depressziós epizódja. Melyen segített a terápiákon való közös szerepjátékozás. Kimutatták, hogy a gyerekek kreativitására is jó hatással van. Egy kutatásban, ahol 170 gyereket hasonlítottak össze, akik közül voltak olyanok, akik nem játszottak ilyen játékokat és olyanok akik rendszeresen számítógépen szerepjátékoztak és olyanok akik rendszeresen asztali szerepjátékoznak. A három csoport közül a legrosszabb eredménnyel azok végeztek, akik a számítógépen játszottak, míg az asztali szerepjátékosok a legjobban.(Gutierrez,2017)

Jól látható, hogy mennyire népszerűek a szerepjátékok a mai napig, ha megvizsgáljuk milyen produktumok elkészítéséhez vették alapul ezeket. A Stranger Things nevezető Netflix sorozat sokáig vezette a nézettségi rekorokat a platformon, úgy hogy a sorozat tematikájának szerves részét képezi a Dungeons&Dragons(röviden D&D).

Csak ha a D&D témakörében maradunk láthatjuk, hogy csak ezévben(2023-ban) két nagyszerű szórakoztatóipari termék jelent meg ennek a játéknak világában. A Larian Studios Baldur's Gate III című játéka, a metacritic nevű oldalon, ahol a játékok különböző értékeléseit figyelik sokáig az első helyen volt a legjobb számítógépre készült játékok listáján, azóta már lejjebb csúszott holtversenyben néhány másik játékkal a második helyre (jelenleg 2023.10.01.-én).(Metacritic, 2023) Megjelent egy film is a Paramount Pictures jóvoltából magyarországon Dungeons&Dragons:Betyárbecsület címmel, ami a rajongókból nagy lelkesedést váltott ki, az IMDB-n jelenleg 7,3-as értékelése van majdnem 200.000 szavazat alapján.(IMDB,2023) Látható, hogy a közönség és a kritikusok értékelése mindkét esetben elég magas. Igaz a film nem váltotta be a Paramount hozzáfűzött reményeit, de a játék sok eladási toplista élére került, amikor megjelent. (Gamerant, 2023)

Az utolsó nagy csoportként a „különleges” kártyajátékokat venném, melyek a CCG és a TCG játékok. Ezek olyan játékok, ahol főképp a gyűjtésen van a hangsúly. A forbes magazin az egyik legjobb befektetésnek ajánlotta a sport kártya befektetést, a pandémia alatt. Sok gyűjthető kártyajátékban a lapok értéke az egekbe szökött ezalatt az idő alatt. A pokémon és sport kártyák aranykorukat élik jelenleg. 2021-ben egy NBA sportkártyát 5,9 millió amerikai dollárért vásároltak meg, ami rekord ezen a piacon. Ráadásul ezt egy Alt nevezetű alternatív befektetésekkel foglalkozó cég vásárolta meg. 2022-ben pedig a Guinness Rekordok könyve szerint a legdrágább Pokémon kártya, pedig 5,275 millió dollárért kelt el.(usatoday,2022) Ma már olyan szinten van egy ilyen játék, hogy limitálják a boltok, hogy egy adott ember mennyit vásárolhat az újonnan megjelenő csomagból. Magyarországon a Metagames kártyajátékokkal foglalkozó bolt a pandémia alatt limitálta az újonnan érkező pokémon kártyák vásárolható darabszámát. Rengeteg ilyen kártyajátékot ma már a gyűjtés mellett megélhetés szinten is üznek emberek. A 2022-es Magic:The Gathering világbajnokság 500.000 dolláros nyereményalap volt és ez csak a világbajnokság, ellenben még magyarországon is találhatóak olyan versenyek ahol különböző tárgynyereményekre tehet szert az adott játékos, amiket belátása szerint a közösségen belül, akár pénzre is válthat.(magic.com,2023) A pokémon kártyajáték 2022-es világbajnoka minden korcsoportban 25.000 dollárral lett gazdagabb.(pokemon.com,2022)

Olyan mértékű piaca lett ezeknek a játékoknak, hogy még Magyarországon is több százezer forintot adnak egyesek egy egy amerikai sporthoz köthető kártyáért. A The Card Corner megnevezésre hallgató sportkártya szaküzlet megnyitotta kapuit itt Budapesten, ahol különböző relikviákat és sportkártyákat vásárolhatnak az arra járók. Évente megrendezik a kosaraskártya börzét, ahol a magyar gyűjtők összegyűlnek és cserélhetnek, vásárolhatnak. Az elmúlt évben több mint 18000 tranzakció történt a kártya piacon Magyarországon. Volt már olyan, hogy Magyarországon 10-20 ezer dollárért adtak el egy kártyát, ami itthoni viszonylatban és pénzben ez egy igen magas összeg, a jelenlegi árfolyam szerint 3,6-7,4 millió forint közötti ár. De található itthon olyan gyűjtő is, akinek a gyűjteménye a több százezer dolláros értéket is eléri. Magyarországon a '90-es évek óta hatalmas népszerűségnek örvend a kosaras kártya üzlet, de ma már inkább itthon a hagyományos labdarúgás a legnépszerűbb, elég ha csak körbenézünk a boltok polcain és a legtöbb helyen már látunk ilyen gyűjthető kártyákat. Ma már ezt nézhetjük egy hosszútávú befektetésként, ugyanis egy fiatal játékos kártyája olyan akár egy részvény, ha az adott játékos képes meghatározó alakjává válni az adott sportnak, akkor sokszorosára nőhet kártyájának értéke. (Kontra podcast, 2021) 2020 augusztusában az ebay jelentése szerint a kártyák piacán 142%-os növekedést tapasztaltak, de ez nem állt meg. (Forbes, 2022) 2021 első 6 hónapjában annyi kártya került eladásra, mint egész 2020-ban. Konkrétan cégek épültek a sportkártya üzletágra, mint például a Beckett vagy a PSA. Mindkét cég úgynevezett „Grading”-el foglalkozik, aminek a lényege, hogy felméri az adott hozzájuk beküldött sportkártyát, majd megvizsgálják ennek minőségét, majd ezután egy szinte felnyithatatlan műanyag védőbe helyezik az általuk adott értékeléssel együtt, a kártya világban ezek az igazán értékes kártyák. Egy kártya értékét sokszorosára növelheti, egy magas értékelés. (Beckett.com, 2023 & psacard.com, 2023) Az igazi gyűjtők ezeket a kártyákat keresik igazán. Emellett a Beckett havonta kiad egy újságot is melyben helyzetjelentést adnak a kártyapiacról és arról, hogy az adott kártyák aktuálisan mennyit is érnek. Sokan viszont úgy gondolják, hogy ez a piac erősen a pandémia általi sok más befektetés elértéktelenedésének az utóhatása és amikor ezek újra elkezdenek előtérbe kerülni az egész sportkártya „lufi” ki fog durranni. (Kontra Podcast, 2021)



Sold Nov 29, 2023
CineMasterpieces 1975 TOPPS BASEBALL SPORTS CARD RARE UNCUT SHEET 132 CARDS

2,475,230.01 HUF cinemasterpieces (8,084) 100%
or Best Offer
+48,743.81 HUF shipping
from United States
[View similar active items](#)
[Sell one like this](#)



Sold Sep 21, 2023
2004 Panini Sports Mega Cracks Soccer #71 Lionel Messi RC Rookie PSA 8 NM-MT

PROBSTEIN is actively accepting consignments !!
New (Other)

2,360,226.47 HUF probstein123 (1,221,378) 99.4%
48 bids
+106,157.11 HUF shipping
from United States
[View similar active items](#)
[Sell one like this](#)

PROBSTEIN123
BUY - SELL - CONSIGN

5. ábra-Az elmúlt időszak legdrágább sportkártya eladásai az ebayen

Forrás: Saját kép

2.3. Flow elmélet és az impulzusvásárlás

A flow élmény fellelhetően nagy kapcsolatban van a játékokkal. Érezhetünk flow-t amikor játszunk, de vásárlás során is. Csíkszentmihályi Mihály, úgy írta le a flow élményt, hogy az illető annyira belemerül az adott tevékenységébe, hogy úgy érzi semmi más fontos dolog nincs azon kívül a világon.(Csíkszentmihályi et al.,2005) Sok játék törekszik ezen érzés elérésére. Fontos kiemelni, hogy ezt vásárlás ösztönzésre is felhasználják, emellett pedig segít a különböző függőségek kialakulásában is. A videójátékok, a kompetitív társasjátékok mind-mind nagyon könnyen képesek kiváltani a flow élményt kontrollált környezetben. Egy sakkversenyen vagy valamilyen videójáték versenyén nem túlzás kijelenteni, hogy szinte minden versenyző megélheti ezt az érzést.

A videójátékok területén sok játék a flow élmény elérésének érdekében hatalmas nehézségeket gördítenek a játékosok elé, erre jó példa a FromSoftware nevezetű japán játékfejlesztő cég híres és hírhedt játéakai. A Dark Souls széria, olyan hatással van a videójátékok világára, hogy ma már a videójátékos közösségben elterjedt az úgynevezett „Souls-like” zsáner, ami szimplán azért jött létre, mert tömérdek játék jött létre a széria sikere alapján, ami szeretett volna olyan lenni, mint a Dark Souls.(Steam, 2023)

A Dark Souls trilógia, a Bloodborne és az újonnan megjelent Elden Ring, mind a FromSoftware játéka. Az a közös bennük, hogy a játékosok elé minél erősebb ellenfeleket helyeznek, aminek a legyőzéséhez a játékosnak folyamatosan fejlődni-e kell, ez tökéletesen egybevág a flow élmény képesség-kihívás eloszlásával. A játék alapvetően arra épül, hogy a játékosnak limitáltak az erőforrásai olyan tekintetben, hogy a szintlépéshez és a játékban tárgyak megvásárlásához mind ugyanaz az erőforrás szükséges, ami már egy szinten döntés elé állítja a játékost, hogy milyen módon osztja be a pontjait. A kihívás ott kezdődik, hogy a játékos ezeket a nehezen megszerzett pontokat bármikor véglegesen elveszítheti, ha egymás után kétszer meghal mielőtt elköltené ezeket a pontokat. Az első halálnál még kap egy lehetőséget a játékos, hogy összeszedje az elhullajtott pontjait, ha vissza tud érní ugyanoda, ahol az előző alkalommal meghalt, ez már egy alapvető stressz faktort nyújt a játékban, hogy a második próbálkozásra sokkal körültekintőbb legyen mint az első. Ezt az érzést fokozza az elhíresült főellenségek nehézsége, akik megakadályozzák a játékost, hogy az egyik területről a másikra juthasson. Elég jó példa, hogy a Steam adatai szerint jelenleg(2023.10.08.) a Dark Souls 3-ban a játékosok 25%-a nem tudta legyőzni az első főellenséget sem. Fontos ennél a statisztikánál megjegyezni, hogy 95% jutott el a nem sokkal előtte lévő részig, tehát kijelenthető, hogy azok akik megvásárolták a játékot kb. 5%-ban nem is játszottak vele.(Steam, 2023) Ennek hála nagyon megosztó játékokként tartják számon mindet, mivel sokan inkább stresszként élik meg ezeket a helyzeteket, mint lehetőségként, hogy fejlődjenek. De a játék ipar legnagyobb elismerését is elnyerte a Dark Souls II, Dark Souls III és végül az Elden Ring is, ami jól mutatja, hogy mennyien értékelik ezt a fajta játékstílust. Az Elden Ring, ami a Dark Souls trilógia szellemi örököse, február 25.-én jelent meg, de már a március végére elérte a 12 millió darab eladott példányt és egy év alatt pedig a 20 milliót. (Statista,2023) Az alábbi példákból jól látható, hogy mennyire népszerűvé tud tenni egy játékot az, hogy nagyobb kihívásokat állít elének mint az átlag. Rengeteg Youtube videót és válogatást találhatunk, ahol az emberek végtelen extázisba kerülnek egy-egy nehéz ellenség legyőzése után. Sok ember teljes állású karriert futott be abból, hogy ezekkel a játékokkal különböző kihívásokat teljesít, például végig játssza anélkül, hogy elszenvedne egy ütést is. Ilyen például a magyar SoulsMateX névre hallgató streamer, akit jelenleg 2800-an követnek Twitchen, Youtubeon pedig 2100-an, aki teljes állásban különböző ezekhez a játékokhoz köthető kihívások teljesítését közvetíti twitchen.

Jelenleg például a Dark Souls 3 játékot játssza végig egyszerre kétszer. Mindkét játékot egy-egy kézzel irányítva és a kihívás során semmilyen könnyítést nem vehet be magának, mint például az egyik karakterrel csak menekül míg a másikkal legyőzi az ellenséget, hanem „egyszerre” kell legyőzni mindkét főellenséget, maximum néhány másodperc eltéréssel. (Youtube&Twitch.tv,2023) Emellett pedig a kompetitív videójátékok is ezen az elven működnek és húzzák be a felhasználókat.

Ez a flow élmény ellenben vezethet egy negatív irányba is, ugyanis segíthet kialakítani különböző függőségeket. A videójátékok okozta flow élmény ilyen szinten elveszítheti pozitív megítélését, mivel sok játékfejlesztő cég kutatja a flow élményt, hogy olyan játékokat hozzanak létre, amelyek megadják ezt az élményt a lehető legnagyobb mértékben, ezzel szerezve gazdasági előnyt versenytársaikhoz képest, ez a kutatás pedig magukra a felhasználókra van rossz hatással.(Csíkszentmihályi et al., 2005)

Egy kutatás szerint a játékosoknak kb. a 6%-ában alakul ki függőség, míg 33%-uk a flow élmény miatt fogyasztja ezt a médiát. (Ramaswamy et al.,2021) Több kutatás is kimutatta, hogy az MMORPG-k esetén a fő faktor a függőség kialakulásában a szociális rész, tehát hogy a játékos a való életben lévő problémái elnyomására használja fel a videójátékot.(Lee et al.,2020) Ellenben a MOBA videójátékok esetén, a flow élmény sokkal erősebb mivel itt a játékosok egymás ellen küzdenek az online térben. Az alapvető különbség a két játék között, hogy az MMORPG-k(Massively Multiplayer Online Role Playing Game) során a játékosok saját karakterüket fejlesztik ameddig kedvük tartja a játékon belül, tehát elkészítenek egy karaktert és tipikusan ezt az egy karaktert irányítják több száz órán keresztül. Ezért itt sokkal jobban felértékelődik az, hogy a játék során milyen ritka tárgyakat szerzünk, amit bemutathatunk barátainknak vagy éppen jelentősen megnöveli karakterünk erejét. Míg a MOBA(Multiplayer Online Battle Arena) játékokban a játékelmény meccsre tagolódik, ahol különböző a játékfejlesztő cég által megálmodott karaktereket irányítva csapnak össze a játékosok csapatonként egy arénában. Itt a játékelmény szerves részét képezi az adott játékos teljesítménye, ugyanis a meccsek megnyerése vagy elvesztése pontok szerzésével vagy elvesztésével jár. A legnépszerűbb MOBA-t alapul véve, ami a League of Legends, a játékosok 165 bajnok közül választhatnak minden meccs elején és a meccs lezárultával pedig az LP számuk valamilyen módon változik.(Mobalitycs, 2023) Itt a legtöbb játékos célja, hogy elérje a ranglista minél magasabb pontjait, ahol akár már profi karrier is várhatja őket, ugyanis a

játék legfelső rangjában összesen 200 ember tartózkodhat egyszerre egy adott szerveren. Itt a feljebb jutáshoz szükséges, hogy mindig a legjobb teljesítményünket igyekezzük hozni, ami mutatja, hogy hasonlóan könnyű elérni a flow élményt mint a hagyományos sportok és a nehézségre alapuló játékok esetén. Ezekben a játékokban a pénzért nem a játékhoz kapcsolódó előnyöket szerezhethetünk, hanem különböző kinézeteket kedvenc karaktereinkre. A League of Legendsnél példánál maradva a játékban 2148 kinézet megtalálható jelenleg 2023 szeptember 11.-én, amelynek megszerzéséhez 3556 Amerikai Dollárra van szükség.(leaguefeed, 2023) Fontos kiemelni, hogy ez az ár különböző módokon csökkenthető például leárazások során. A különböző leárazásokat használja fel a játék a vásárlás ösztönzésére, ugyanis van egy úgynevezett “saját bolt” funkció, ahol a játékos az általa gyakran választott karakterekre kap meglepetés szerű kinézet leárazást, ez pedig nagyon könnyen impulzus vásárlásra készítheti a flowba került embert, ha feltesszük, hogy a játékos egy jó meccset játszott az adott karakterrel sokkal nagyobb valószínűséggel fogja megvásárolni azt a kinézetet.

Az online vásárlás világában nagyon nagy szerepet játszik az, hogy a felhasználók mennyire bíznak meg az adott weboldalon.(Wu et al., 2015) Ez nagy mértékben erősíti a flow élmény létrejövetelének lehetőségét. Ez a videójátékok piacán hihetetlenül jelentős, ugyanis az első számú videójáték értékesítő platform a Steam. Ezen a platformon szinte minden PC-re megjelent játék megtalálható és 2003-as létrejövetele óta 2018-ig nem is volt komoly versenytársa néhány kiadó saját platformján kívül melyek sosem tudták kinőni magukat. 2018-ban az Epic Games Store belépett a piacra a Fortnite sikerére alapozva és egy új üzleti stratégiával meg is tudott maradni a piacon, ugyanis a Fortnite rekord bevételeit arra fordította, hogy minden héten egy ingyenes játékkal ajándékozza meg felhasználóit.(Epic Game Store, 2023) Ma ez a két óriás játékértékesítő uralja a PC játékok piacát a Steam elmúlt három napban egyszerre történő játékos kiszolgálása 30 millió egyidejű játékos volt.(Steam,2023) Míg az Epic Games Storenak napi átlagos 31 millió aktív felhasználója van. Emelett jól látható, hogy mennyire megbíznak a fejlesztők ezekben a cégekben abból, hogy jelenleg az Epic Games Storeban jelenleg 471 cím található, míg az egyesült államokban jelenleg 50361 játék található 2023. augusztus 21.-én.(backlinko,2023) A statisztikát árnyalja, hogy ezen szolgáltatók saját játékaik itt érhetőek el, tehát a napi felhasználók számát eltorzíthatja a Fortnite és a Valve játékaiknak aktuális népszerűsége. Ezek az online piacterek nagyon gyakran szeretnének hatni az emberek szuggesztív impulzusvásárlás ingerére, ugyanis a Steamen minden évszakban

van egy nagy vásár, ahol több száz játék leárazása történik meg, amelyre a videójáték közösség legtöbb tagja készül. Emellett pedig akárhányszor megnyitjuk a felületet egy felugró ablak figyelmeztet mindig az aktuális leárazásokra. (Törőcsik, 1995) Egy kutatás szintén alátámasztja a megbízhatóság kérdését miszerint, a vizsgált embertömegben az Iphone birtoklók szerint nem volt szempont, hogy milyen autentikációt használ egy-egy alkalmazás, míg az Androidos közösségben igen, ezt Cseh azzal indokolta, hogy a felhasználók meg vannak győződve arról, hogy az Apple áruházába sokkal komolyabb előfeltételek teljesítésével kerülhet ki egy alkalmazás, nem úgy mint az Androidos Google Playbe. (Cseh, 2013) Ugyanúgy Cseh kutatása alapján kiderült, hogy a professzionális felhasználók közt sokkal fontosabb az is, hogy mekkora információ áll rendelkezésére a felhasználónak, így ők sokkal kevésbé voltak befolyásolhatóak és az ő körükben sokkal ritkább volt az impulzus vásárlás. Ellenben az átlag felhasználók jelentősen jobban adtak az impulzus vásárlást kiváltó ingerre.

Nagyon fontos, hogy a legtöbb ilyen online felület az úgynevezett “one-click” megoldást használ, amelyben a felhasználó, ha már egyszer megadta bankkártya adatait, akkor már elég számára egyetlen kattintás és képes megvásárolni az adott terméket. Ezt a rendszert az Amazon találta ki 1999-ben, amelyet azóta többek között valamilyen formában nagyon sok online bolt átvette ezt a rendszert valamilyen formában. (Cseh, 2013) Többek közt, ha a Steamen szeretnénk vásárolni egy játékot, amlyet, ha már vásároltunk az oldalon és elmentettük minden adatunkat akkor képesek vagyunk akár két kattintással megvásárolni egy több tízezer forintba kerülő játéksomagot. Ezt ma már több banki alkalmazás igyekszik “megnehezíteni”, azzal hogy a banki alkalmazásban is szükséges megerősíteni az adott vásárlást így hátráltatva egyrésről az átveréseket másrésről pedig a felesleges költséket.

A fizikai videójátékok vásárlása esetében is hatalmas szerepe van az impulzus vásárlásnak, mivel a fejlesztő cégek gyakorta adnak valamilyen tárgyi ajándékot a játék mellé, ezek akár nagy értékű szobrok vagy replikák is lehetnek. A Sony marketing tevékenységének egy jelentős részét teszi ki, hogy a PlayStation játékkonzolok sokszor valamilyen csomagban érkeznek, amelyek tartalmaznak egy nagy sikerű játékot, így egy csomagban megvásárolható a konzol az exkluzív címek többségével.

Jelenleg az Insomniac stúdió kiadta a Marvel's Spider Man 2-t, amelynek első része és a spin-off Marvel's Spider-Man: Miles Morales is hatalmas sikert aratott a PlayStation 4 játékkonzolon, mint az egyik legnagyobb cím, ezt igyekszik a Sony kihasználni és a PlayStation 5-ből készítettek egy limitált Pókember tematikájú és dizájnú csomagot.(pgs.hu, 2023) A csomag tartalmaz egy Pókember tematikájú játékkonzolt, egy ugyanilyen tematikájú controllert és a videójáték legújabb részét, ezt látva a boltok polcain egy sokkal erősebb impulzust képesek kiváltani egy olyan emberből, akinek nagyon tetszett az előző rész és lehetséges, hogy pont ezért fogja megvásárolni az új játékkonzolt is.

A Sony videójáték divíziójának fókuszában állnak az exkluzív címek és ezek általában nagyon jól is sikerülnek a Marvel's Spider Man 2 jelenleg 91 ponttal áll a már sokszor említett Metacritic oldalon, a God of War Ragnarök pedig 94 ponttal, amelyek az új konzol fő megjelenései között vannak. Mindkét játék folytatás, amely a PlayStation 4 előző generációs játékkonzolra jelent meg exkluzív címként, amikor már a folytatás megjelenése közeledett a Sony mindkét játékot kiadta számítógépre is ezáltal megismertette a PC-s játékos közösséggel ezeket a játékokat és ezzel motiválva a lehető legtöbb embert az új generációs PlayStation 5 megvásárlására.(Metacritic, 2023)

A másik impulzusvásárlásra ösztönző nagy tényező a videójátékokban a tömegnek a hatása és az hogy mekkora médiafelhajtást kap egy játék. Nagyon sokszor megtörténik az, hogy egy játék hirtelen nagy népszerűsége teszt szert erre tökéletes példa a PUBG:Battlegrounds vagy a Fall Guys, amelyek megjelenésüknél hatalmas népszerűségnek örvendtek, amiért rengetegen megvették barátaik miatt vagy mert minden tartalomgyártó ezzel játszott és később mindkét játék ingyenessé vált, ezért nagyon sokan csalódottságukat fejezték ki. Sokáig a PUBG: Battlegrounds tartotta a Steamen a legtöbb egyidejű játékos rekordját több mint 3 millió egyidejű játékosal, ami még abban az időben jött létre, amikor a játékot meg kellett vásárolni egy egyszeri összegért. (Statista, 2023) A Fall Guys pedig egy hatalmas kezdeti kiindulópont után nem tudta megtartani a játékosbázisát, mivel a megjelenés utáni első hetekben érte el a saját record egyidejű játékos számát, amely 172 ezer játékos volt(SteamCharts,2023).Mindezek után pedig folyamatos zuhanásba kezdett, egészen az augusztusi megjelenéstől az azt követő év júniusában ingyenessé vált. Ezzel a lépéssel valamilyen szinten sikeresen emeltek a játékok népszerűségén, de ez is csak ideiglenes volt.

A játék ellenben a kezdeti népszerűség óta mondhatni stabil napi 2000-4000 játékost generál. Ez a tendencia, hogy egy játék ilyen rövid idő alatt válik ingyenessé, amikor egyre gyakoribb, mivel az emberek ideje elkezdett túltelített lenni. A 2022-es évben a Steamen fél év alatt több, mint 6000 játék jelent meg csak a Steamen, amely körülbelül napi 34 játék(gamedeveloper,2022). Ez azt eredményezte, hogy az emberek már sokkal jobban megválogatják, hogy mire költik a pénzüket ezért is alapoznak a játékfejlesztő cégek az impulzusvásárlásra és a lehető legnagyobb felhajtás keltésére a megjelenésükor. Megfigyelhető, hogy a ma már a arra figyelnek, hogy a kezdeti eladások legyen magasak, nem pedig egy folyamatos növekedésre. Az is megfigyelhető, hogy ha egy új játéktípus felkapottá válik, akkor biztosan sok kiadó próbálja elkészíteni belőle a sajátját, de általában csak egy marad sikeres igazán.

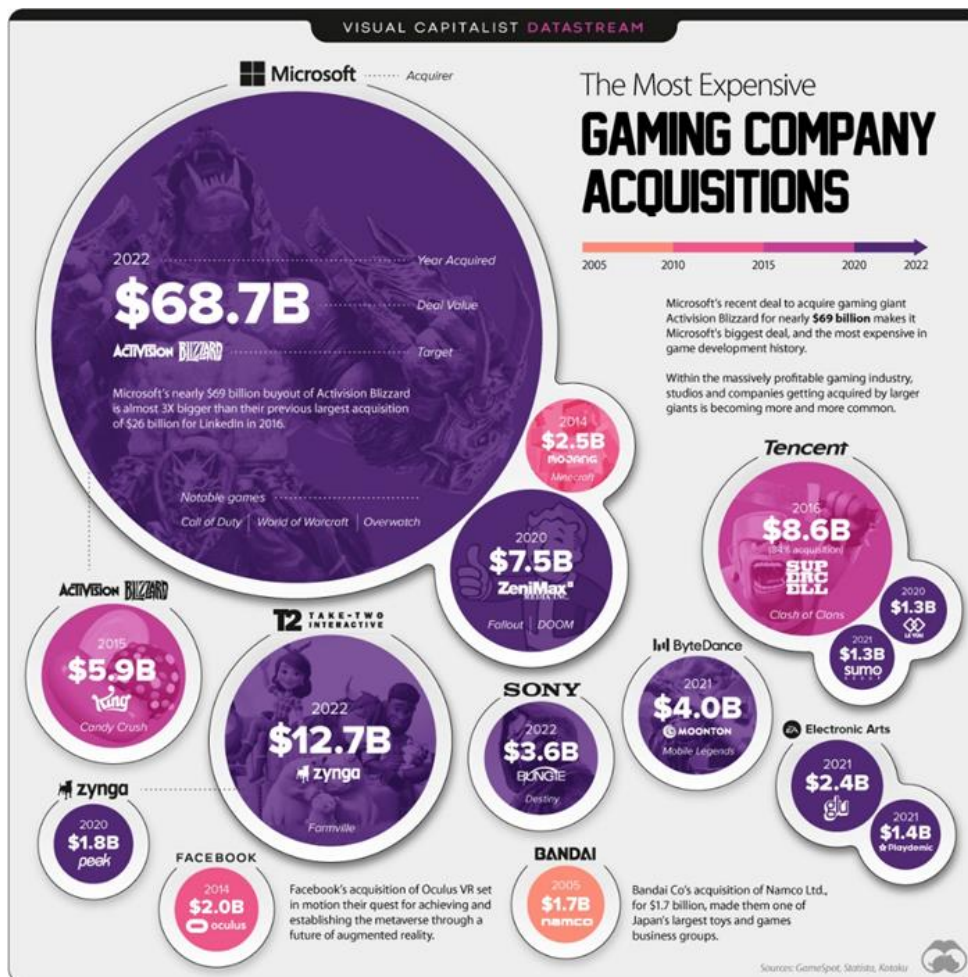
Ilyen a már említett battle royale stílus is melyben egyértelműen régóta a Fortnite sokszorosán túlszárnyalja a PUBG:Battlegrounds és az Apex Legends egyidejű játékosszámát, jelenleg a két említett játék 250 ezer egyidejű játékos alatt áll, míg a Fortnite 1.6 millió egyidejű játékos fölött, mondhatni konzisztensen. (activeplayer.io,2023). Amely azért meglepő ezenen a területen, mert mint az “auto battler” játékoknál, majd megfigyelhetjük itt az EA Games a megalkotója az Apex Legendsnek mégsem ez a legnépszerűbb, pedig az egyik legnépszerűbb videójátéksorozat köthető a nevükhöz mégpedig a Fifa(ma már EA Sports FC), mégsem sikerült megismételniük a Riot Games sorozatos sikerét. Ugyanezt a jelenséget megfigyelhetjük az úgynevezett “auto battler” játékoknál, amely a Dota 2-höz készített Auto Chess játékmódosításból nőtte ki magát. Ezeknek a játékoknak az a közös tulajdonsága, hogy egy játékos hét másik emberrel egy mindenki mindeki ellen történő játékmenet folyamán a saját csapatát menedzseli és fejleszti, majd minden körben egy másik játékos csapata ellen küzd vele.Eerről kapta a műfaj a nevét, ugyanis a küzdelem során a játékosok már nem szólhatnak bele jelentősen a játék menetébe, ugyanis az egész automatikusan megy. Azóta az Auto Chess egy önálló játékká vált és megjelent a két MOBA órák saját játéka is a Valve részéről a Dota: Underlords és a Riot Games részéről pedig a Teamfight Tactics. Mindhárom játék egy éven belül jelent meg 2019-ben, de ma már szinte csak a Teamfight Tactics a meghatározó ebben a műfajban. A játékot 3.6 millióan töltötték le a mobilos megjelenéskor ez 3.6 szorosa az Auto Chess letöltéseinek és 5.6 szorosa a Dota: Underlords letöltéseinek. A játékosbázisról nehéz konkrét számokat hozni a Teamfight Tactics esetében, mivel a Riot Games nem szokott ilyen jellegű statisztikákat közzélni.

De megfigyelhető, hogy a tartalomfogyasztók között a különbség hatalmas, ugyanis 2022-ben a Teamfight Tactics átlagosan több, mint 27 ezer nézőt hozott a Twitch streaming platformon, míg a Dota: Underlords nem tudta ebben az évben átlépni az 5000 játékos vagy Twitch nézőt.(steamdb,2023&levvel, 2023) Ezekből az adatokból leszűrhető, hogy ebben a műfajban a Teamfight Tactics a vezető, ez egyúttal bizonyítja azt is, hogy mennyire számít a játékosok körében az, hogy az adott fejlesztő cégben mennyire bíznak meg. Az Auto Chess, amely az eredeti játékelmény megteremtője, egy addig ismeretlen kínai csapat, míg a Teamfight Tactics a League of Legends megalkotója a Riot Games jegyzi és a már ismert karaktereket használja fel a játékban, míg az Auto Chess mióta elvált a Dota 2-től nem használhat modelleket a játékból a licence hiánya miatt, így láthatóan ez vált a legnépszerűtlenebbé.

Ez egyébként láthatóan jól leírja miért ennyire sikeres a Riot Games, ugyanis így aköznek minden új játéktípusban részt venni és kijavítani az alap játék hiányosságait. Ellenben az is megfigyelhető, hogy ha egy nagy múlttal rendelkező megbízható játékfejlesztő cég túl későn adja ki egy saját verzióját az aktuálisan felkapott videójátékból, amelyet a MOBA játékok piacán az akkori Blizzard(mára már Activision-Blizzard) Heroes of the Storm nevezetű játékanak bukása mutatja. A Blizzard a nagy sikerű Word of Warcraft több évtizedes sikerének fenntartója, emellett pedig ezen cég nevéhez kötődik a méltán híres Diablo és Starcraft sorozat is. Az Activision-Blizzard felvásárlása, pedig rekord mértékű és még a versenyhivatal is be kellett vonni, hogy nem borítja-e ez fel a piac erőviszonyait. 2023 október 13.-án felvásárolta a Microsoft az Activision-Blizzardot 68.7 milliárd amerikai dollárért, amely sosem látott mértékű a videójáték piacon. Jól látható, hogy mekkora rekord összeg ez, ha összevetjük azzal, hogy az eddigi rekord a Take-Two Interactive által felvásárolt Zynga játékfejlesztő cég volt, 12,7 milliárd dolláros áron.

Ebből megfigyelhető mennyire is értékesek a piacon az Activision-Blizzard játéakai. A 2015-ben megjelent Heroes of the Storm, mely a 2009-es League of Legends megjelenése után 6 évvel lépett a piacra, már nem volt képes népszerűvé válni majd a piacon maradni. Ugyanis a Blizzard 2022. július 8.-án bejelentette, hogy a játék úgynevezett karbantartási módba kerül, ami azt jelenti, hogy nem frissítik a játékot, csak esetleges hibákat vagy játékegyensúlyból eredő problémákat javítanak ki. (esport1.hu, 2022)

A következő infografikán megfigyelhető az, hogy a jelenlegi trendek szerint a legértékesebb játékfejlesztő csapatok azok, amelyek valamelyik népszerű mobilos játék jogait birtokolják, mint például a Farmville, a Candy Crush vagy éppen a Clash of Clans. A modern videójáték piacra az jellemző, hogy a mobiljátékok sokkal alacsonyabb befektetéssel sokkal magasabb profitot és bevételt képesek produkálni.



6. ábra-A legnagyobb játékfejlesztő cégek felvásárlása

Forrás: Visual Capitalist

Ezt a jelenséget jól szemlélteti, ha összehasonlítjuk a Candy Crusht és a Grand Theft Auto(röviden GTA) ötödik részét. A Grand Theft Auto 265 millió dollárból készült el 5 év alatt(ccci, 2023), míg a Candy Crush néhány hónap fejlesztés(Reuters,2023) és becsülhetőleg 30 és 100 ezer dollárnyi összegből készült el.(QSS Technosoft,2022) Ebből látható, hogy a mennyivel kevesebb erőforrás egy mobiljáték elkészítése. A bevételek összehasonlításával pedig sokkal árnyaltabb képet kaphatunk, ugyanis a Candy Crush 2012 óta 20 milliárd dollár bevételre tett szert, míg a GTA V 7.7 milliárd dollár bevételt generált 2013 óta.(sportskeeda, 2023 & Reuters, 2023)

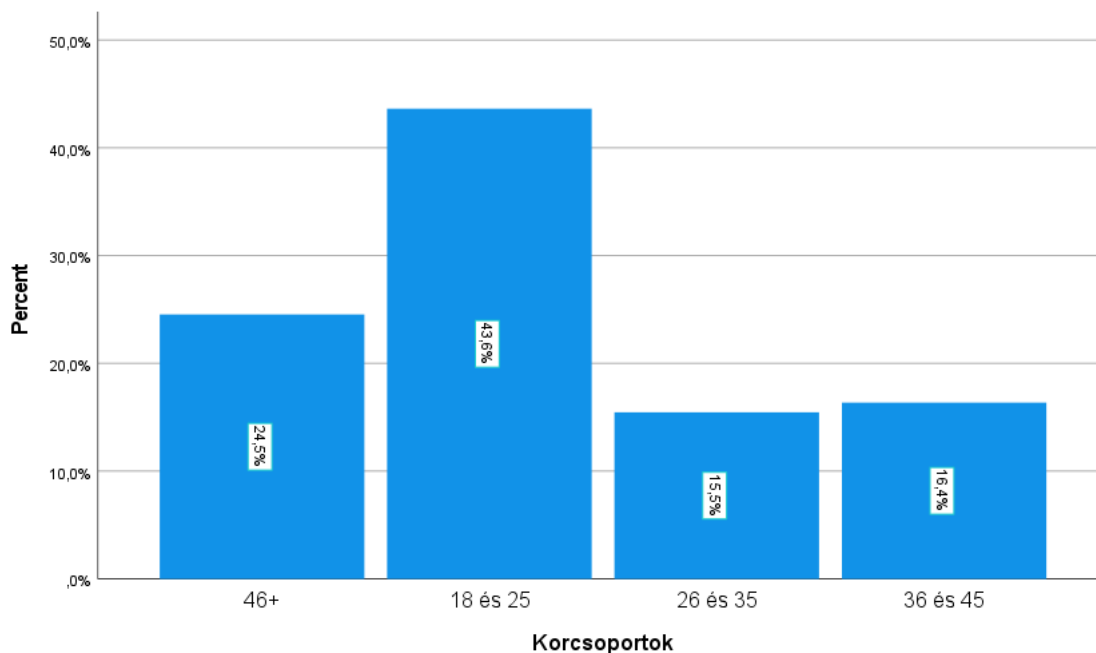
3. ANYAG ÉS MÓDSZERTAN

Kutatásomat a videójátékok hatásáról írtam a gazdasági döntéseinkre. A kutatás módszertana során kérdőíves hólabda módszert alkalmaztunk 110 résztvevő bevonásával. Az adatgyűjtés időszaka 2023. január 17. és 2023. október 10. között zajlott. A hólabda módszertan keretében az elsődleges résztvevőket kiválasztottuk, majd kérésünknek eleget téve ők ajánlottak további résztvevőket a kutatásba. Ez a hálózatos megközelítés lehetővé tette, hogy változatos nézőpontok és tapasztalatok kerüljenek be a mintába. A kérdőív segítségével részletes információkat gyűjtöttünk, és a válaszok elemzésével célunk volt átfogó képet kapni arról, hogyan hatnak a videójátékok a gazdasági döntéseinkre. A módszertan rugalmassága és interaktív jellege révén a résztvevők sokféle perspektívából származó értékes adatokkal járultak hozzá a kutatáshoz.

Először is fontos, hogy a kutatás reprezentatív, de viszonylag kevés a minta 110 kitöltővel. Ez azért okoz problémát, mivel a Pearson féle Khi négyzet teszt, amelyet a legtöbb esetben használtam a kapcsolat megállapításához erősen mintaérzékeny, tehát a minta nagysága változtathat ezeken a megállapításokon. Azért használtam a Khi négyzetet mégis, mert a WHO által megírt életminőség kérdőív részlet nem alkalmas arra, hogy Fisher teszttel végezzük el a kapcsolatok elemzését. Tehát célszerű egy másik szakmailag hiteles kérdőívet alapul venni egy ebben a témában készült kutatáshoz vagy pedig kettőt alapul venni és a két eredményt összehasonlítani. Nagyon sok új kutatás jelenik meg nap, mint nap a videójátékok témakörében de, nagyon kevés olyan van, amely a játékosoknak nem a mentális egészségével foglalkozik, hanem például az impulzus vásárlásra ösztönzésükről vagy az életminőségükről szólna. Ezért is tartom fontosnak azt, hogy ezeket a tanulságokat, melyeket a szakirodalmi elemzésben és a kutatásban megfogalmaztam beemeljük a köztudatba és tanítsuk meg az elkövetkezendő generációknak, hogy mennyi manipulációt rejtenek az ártatlannak tűnő játékok is.

3.1. Leíró statisztika

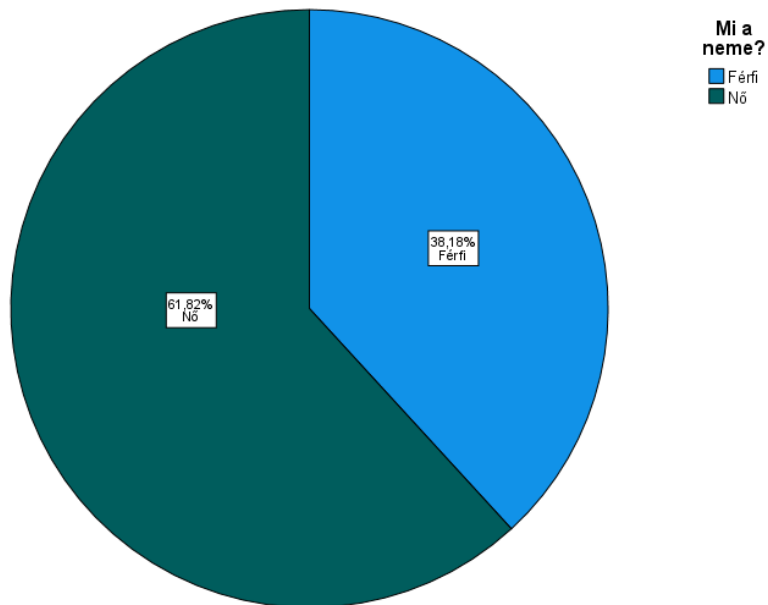
3.1.1. Demográfiai adatok



7. ábra-Korcsoport adatok

Forrás: Saját kutatás, 2023

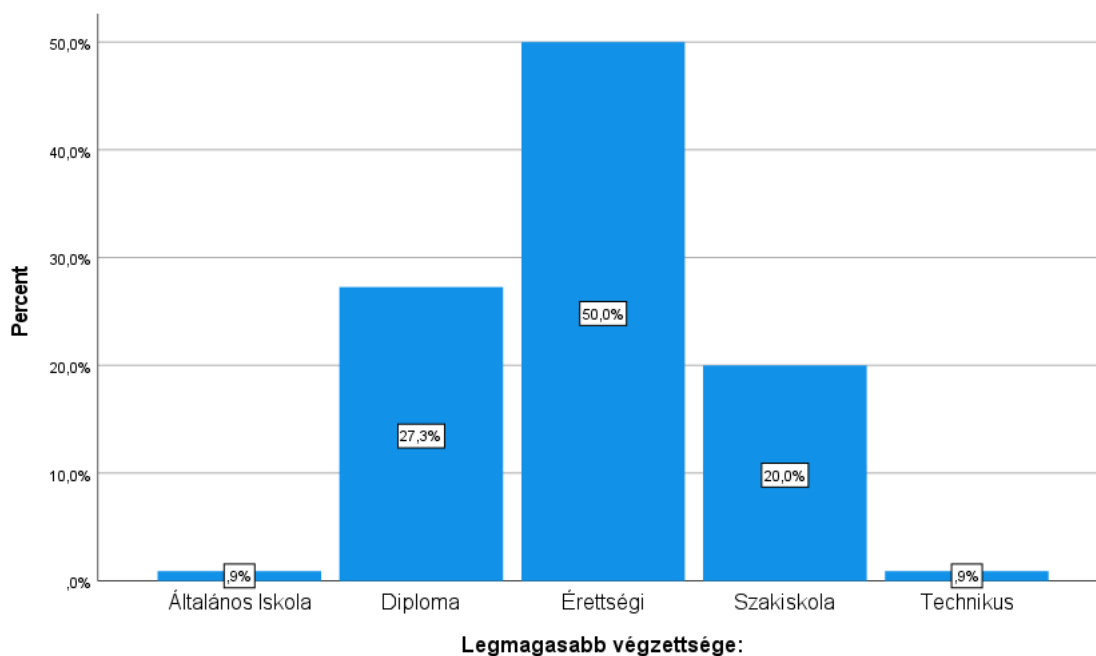
A kérdőívet kitöltők jelentős hányada a 18 és 25 év közötti kategóriába esett, amely pontosan 43,6%, ebből következtethetünk arra, hogy mivel a célcsoport a videójátékos közösség volt, ez a korcsoport a legdominánsabb ebben a közegben. Fontos kiemelni azt, hogy a második leghangsúlyosabb csoport a 46 év felettiek voltak, ebben az esetben közrejátszhat az is, hogy sok kitöltő megoszthatta a kérdőívet idősebb családtagjaival is.



9. ábra- A kitöltők nemének eloszlása

Forrás: Saját kutatás, 2023

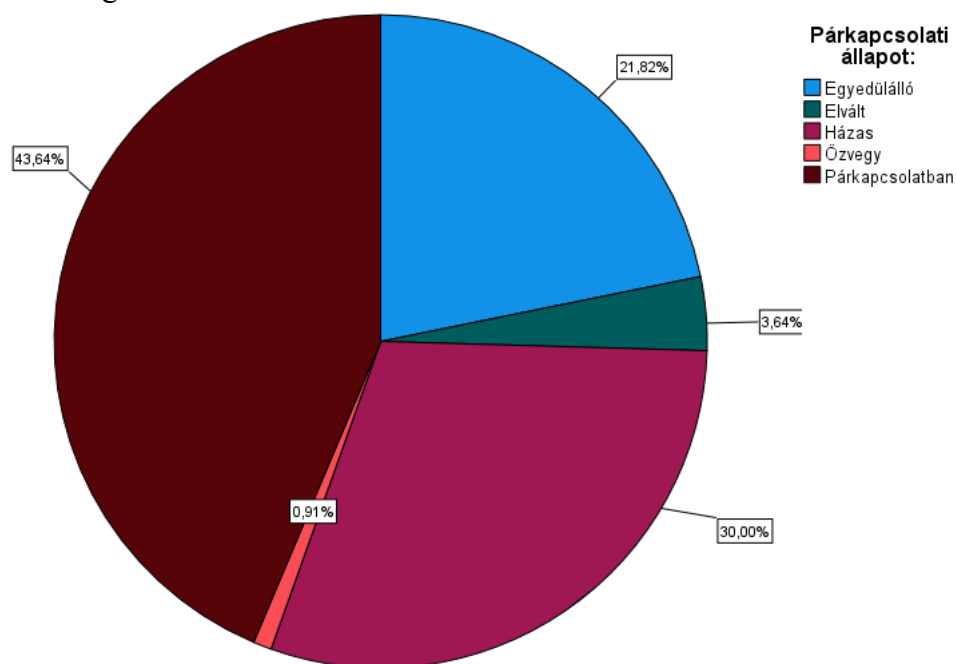
A kérdőívet kitöltők 61,8%-a nő volt, ebből következtethetünk arra, hogy a játékos közösségnek lehetséges, hogy nagyobb része nő, de akár arra is, hogy a férfiak nem töltöttek ki ilyen kérdőíveket. Nagyon sok kutatás alapján, amit olvastam inkább az utóbbi állítás a helytállóbb, ugyanis a legtöbb mai kutatásban megfigyelhetjük ezt a tendenciát.



8. ábra- A kitöltők végzettségének eloszlása

Forrás: Saját kutatás, 2023

A kitöltők legmagasabb iskolai végzettsége 50%-ban az érettségi, de emellett a diplomások és a szakiskolát végzettek is jelentősen nagy csoportot alkotnak. Míg a csak általános iskolát végzők és a technikusi képzést végzők száma elenyésző (kevesebb mint 1% mindkét esetben). Ezen felül volt egy nem értelmezhető válasz a kitöltők közül, így lehetséges az, hogy a diagramon látható számok összege 99,1%. Ebből a diagramból leszűrhetjük azt, hogy a megfelelő célcsoporthoz ért el a kérdőív, ugyanis egyetlen olyan ember van, aki csak általános iskolás végzettséggel rendelkezik, ezáltal akár lehet egy olyan személy, aki még nem állhat munkába. Az iskolai végzettség kifejezetten fontos ebben a kutatásban, ugyanis a megfelelő edukáció nagy ráhatással van az adott kitöltő várható életminőségére. Másrészt pedig a megfelelő oktatásnak egy jelentőség teljes része, hogy mennyire képes az embereknek megtanítani azt a fajta pénzügyi tudatosságot, amely elengedhetetlen ahhoz, hogy az illető elkerülje az impulzusvásárlásra ösztönző temérdek ingert.

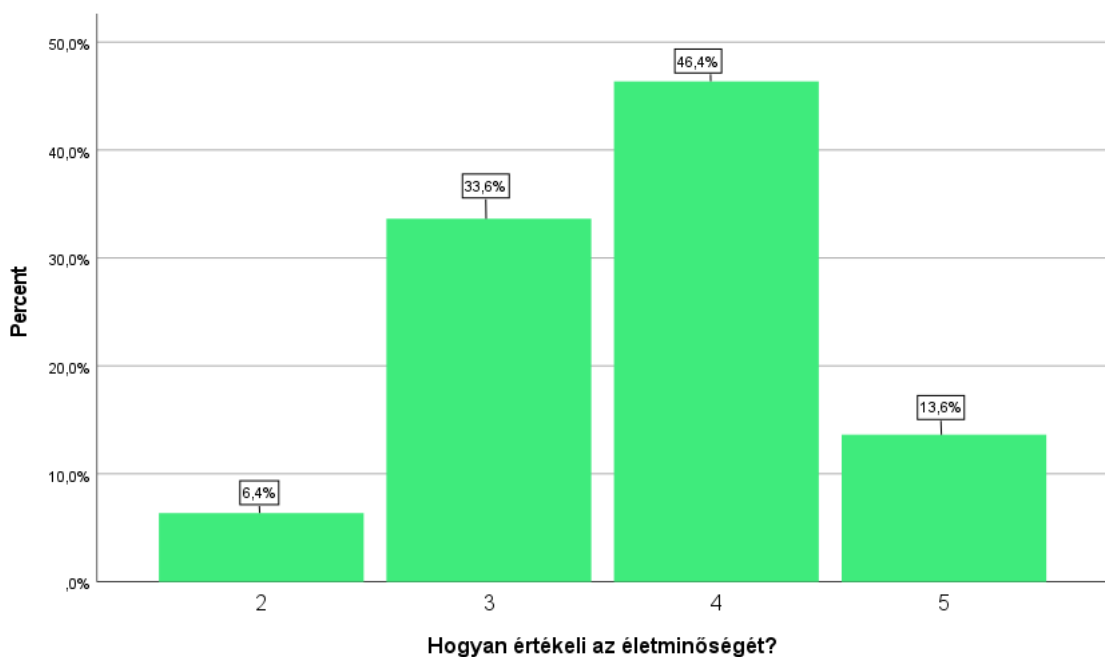


10. ábra- A kitöltők párkapcsolati állapotának eloszlása

Forrás: Saját kutatás, 2023

A diagramon látható, hogy minden párkapcsolati állapot képviselteti magát a kérdőív kitöltői között. Ez mindenképpen fontos ugyanis az életminőségnek egy jelentős része, hogy milyen párkapcsolati helyzetben áll az adott ember és a gazdasági döntésekre is hatással van. Ugyanis a későbbiekben a kérdőívem kitér arra, hogy mennyire van megelégedve a kitöltő személyes kapcsolataival, ennek pedig jelentős részét képezi a kitöltő párkapcsolati állapota. Emellett nagyon fontos azért is, mert egy esetlegesen elvált vagy özvegy ember esetén sokkal nagyobb eséllyel számíthatunk az olyan negatív érzelmekre, mint a szomorúság vagy éppen a depresszió, amit játékokkal szeretne elnyomni az illető.

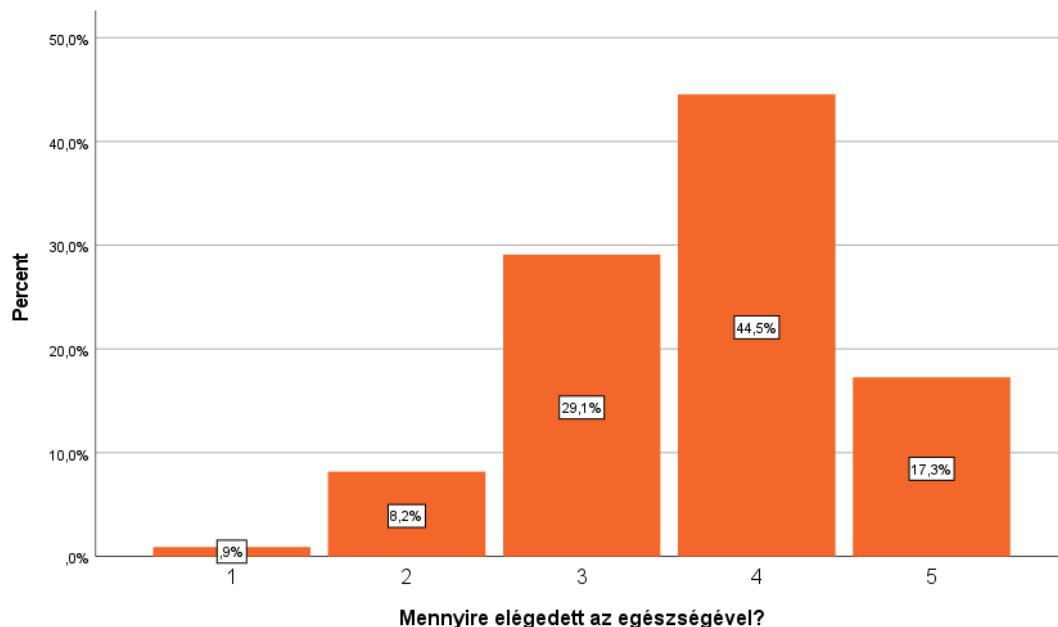
3.1.2. Egészségügyi és mentális állapot



11. ábra- A kitöltők életminőségének saját értékelése

Forrás: Saját kutatás, 2023

A kitöltők 93,6%-a jelölte meg legalább a közepes életminőséget a saját bevallása szerint, ebből következtethetünk arra, hogy a játékos közösségben nagyon alacsony azoknak a száma, akik az átlag alatt értékelik az életminőségüket. Ebből előzetesen leszűrhetjük azt, hogy azok engedhetik meg maguknak a játékokat, akiknek alapvetően magasabb életszínvonalon élnek az átlagosnál.



12. ábra-A kitöltők elégedettsége az egészségükkel

Forrás: Saját kutatás, 2023

Az általános megítéléssel ellentétben a legtöbb ember a játékosközösségből elégedett a saját egészségével, amely jelentősen az átlag fölötti ebben az esetben is.

3.2. Keresztábra elemzések

3.2.1. Hipotézis I: A kitöltő életminőségére hatással van milyen játékkal játszik

Hogyan értékeli az életminőségét a játékok függvényében

Count		Hogyan értékeli az életminőségét?				Total
		2	3	4	5	
Milyen típusú játékokkal szokott játszani?	Gyűjthető játékok(például kártyák)	1	1	0	0	2
	Nincs válasz	0	2	0	0	2
	Társasjáték	1	8	11	5	25
	Társasjáték, Gyűjthető játékok(például kártyák)	0	2	3	0	5
	Társasjáték, Videójáték (konzol, pc, web)	1	1	9	2	13
	Társasjáték, Videójáték (konzol, pc, web), Gyűjthető játékok(például kártyák)	0	1	2	0	3
	Társasjáték, Videójáték (konzol, pc, web), Videójáték(mobil)	1	4	3	4	12
	Társasjáték, Videójáték (konzol, pc, web), Videójáték(mobil), Asztali szerepjáték	1	1	1	0	3
	Társasjáték, Videójáték (konzol, pc, web), Videójáték(mobil), Gyűjthető játékok(például kártyák)	0	2	1	1	4
	Társasjáték, Videójáték (mobil)	0	1	7	0	8
	Társasjáték, Videójáték (mobil), Gyűjthető játékok (például kártyák)	0	0	2	0	2
	Videójáték(konzol, pc, web)	1	4	4	0	9
	Videójáték(konzol, pc, web), Gyűjthető játékok (például kártyák)	0	1	0	0	1
	Videójáték(konzol, pc, web), Videójáték(mobil)	1	4	3	1	9
	Videójáték(mobil)	0	5	5	1	11
	Videójáték(mobil), Asztali szerepjáték	0	0	0	1	1
Total		7	37	51	15	110

1. táblázat-Életminőségi adatok játékcsoportosítások alapján

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ezen a kereszttábla elemzésen látható, hogy a válaszadók közül milyen csoportokra oszthatjuk az adott játékos fajtákat. Ebből már azt is láthatjuk, hogy csupán 2 ember jelölte azt a 110 válaszadóból, hogy nem játszik játékokkal. A legnagyobb elemszámmal rendelkező csoport, az aki csak társasjátékokkal játszik, ezután következnek azok a csoportok, amelyekben már megjelennek a videójátékok. Fontos kiemelni ebben az esetben, hogy sokat számít a kérdőív esetében, hogy a videójátékok csoportját felosztottam két részre, így ha összeadjuk azokat akik csak videójátékoznak csupán 5 kitöltő eltérés van a csak videójátékozók és csak társasjátékozók közt. Láthatjuk azt is, hogy a magyar játékosok többnyire több játék típussal is játszanak és nagyon magas a csoportok diverzifikáltsága.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	48,921 ^a	45	,319
Likelihood Ratio	49,249	45	,307
N of Valid Cases	110		

a. 59 cells (92,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

2. táblázat-Hipotézis: A választott játékok hatással vannak az életminőségre

Forrás: Saját kutatás, 2023

nincsenek összefüggésben azzal hogyan értékelik az életminőségüket.

Az előző állítást szeretném alátámasztani azzal, hogy elvégeztem egy khi négyzet analízist azon, hogy az egészségüket hogyan értékelik a kitöltők és hogy mennyire elégedettek az életükkel. Az alátámasztásként vizsgált két kérdés arra vonatkozik, hogy az adott kitöltő mennyire elégedett a egészségügyi állapotával és mennyire elégedett az életével.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	56,607 ^a	60	,600
Likelihood Ratio	51,101	60	,787
N of Valid Cases	110		

a. 76 cells (95,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,01.

3. táblázat-Hipotézis: A játékcsoportosítás kapcsolatban van az egészséggel

Forrás: Saját kutatás, 2023

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	74,883 ^a	60	,093
Likelihood Ratio	64,203	60	,332
N of Valid Cases	110		

a. 75 cells (93,8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,02.

4. táblázat-Hipotézis: A játékcsoportosítás kapcsolatban van az élet értékelésével

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ezek a Khi négyzet elemzések mindkét esetben ugyanazt támasztják alá, mint az első esetben, hogy a kérdőívet kitöltők esetében nem lelhető fel összefüggés az általuk preferált játékok és az életükkel és egészségükkel való megelégedettség között.

Emellett mivel a szakmai irodalmi elemzésben is nagyon gyakran megjelenő téma volt. Szeretném a kitöltőknek a mentális egészségét is felületesen vizsgálni, tehát azt, hogy mennyire jellemző az, hogy valaki a mindennapi problémáinak leküzdésére használja a videójátékokat. Ezt kettő különböző kérdés alapján fogom megítélni. Az első a kitöltő személyes kapcsolataira vonatkozik, a második arra, hogy mennyire gyakran vannak a kitöltőnek negatív érzelmei.

Mennyire elégedett személyes kapcsolataival? (Hagyományos)

Count		Videójáték(konzol-pc)		Total
		Nem játszik	Játszik	
Mennyire elégedett személyes kapcsolataival?	1	1	3	4
	2	4	2	6
	3	15	16	31
	4	24	24	48
	5	12	9	21
Total		56	54	110

5. táblázat-Hipotézis: A hagyományos videójátékok kapcsolatban vannak a személyes kapcsolatok minőségével

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ezen az ábrán látható, hogy a hagyományos videójátékot játszó és nem játszó között egyik kategóriában sem láthatunk kiugró adatokat. Ezért ebben az esetben is elvégeztem a szükséges Khi-négyzet tesztet, amely az alábbi ábrán látható.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,092 ^a	4	,719
Likelihood Ratio	2,152	4	,708
Linear-by-Linear Association	,428	1	,513
N of Valid Cases	110		

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,96.

6. táblázat-Khi négyzet teszt az 5. táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

Mivel a p értéke nagyobb, mint 0,05 levonhatjuk azt a következtetést, hogy nem találhatunk szignifikáns kapcsolatot a hagyományos videójátékok és a kitöltők személyes kapcsolatai között. Ugyanezeket a számításokat elvégeztem a mobiljátékokkal is, amelyek szintén ugyanezt támasztják alá. Ezek a következő táblázaton látható.

Mennyire elégedett személyes kapcsolataival?(Mobil)

Count		Videójáték(Mobil)		Total
		Nem játszik	Játszik	
Mennyire elégedett személyes kapcsolataival?	1	2	2	4
	2	4	2	6
	3	19	12	31
	4	21	27	48
	5	14	7	21
Total		60	50	110

7. táblázat-A mobilos játékosok személyes kapcsolatainak értékelése

Forrás: Saját kutatás

A táblázaton szintén jól látható, hogy nincs szoros szemmel látható összefüggés, a khi négyzet teszt alapján is elutasítandó, ugyanis a p értéke 0,35. Ezekből leszűrhetjük, hogy nincs szignifikáns kapcsolat a kitöltő videójátékozási szokásai és a személyes kapcsolatai között. Ezzel a kutatás alapján kijelenthetjük, hogy nem valós az általános tévhit, hogy a videójátékok miatt nem építenek kapcsolatokat az emberek.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,458 ^a	4	,348
Likelihood Ratio	4,494	4	,343
Linear-by-Linear Association	,008	1	,928
N of Valid Cases	110		

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,82.

8. táblázat- Khi négyzet teszt a 7. táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

Végezetül, pedig szintén elvégeztem mindkét videójátékos csoporton az elemzéseket a negatív gondolataik függvényében. Ami azért kifejezetten fontos, mivel a kérdés kifejezetten az olyan negatív érzelmekre fókuszál, mint például a szorongás vagy a depresszió. A következő ábrán felfedezhető, hogy az értékek a videójátékokat játszóknak esetében inkább a magasabb értékek felé tolódik, míg a másik csoportban inkább az alsó értékek felé tolódik. Amely mutathatja azt, hogy sokan valószínűleg tényleg a negatív érzelmeik elnyomására használják a videójátékokat.

Crosstab

Count		Videójáték(konzol-pc)		
		Nem játszik	Játszik	Total
Milyen gyakran vannak olyan negatív érzései, mint szomorúság, kétségbeesés, szorongás, depresszió?	1	8	3	11
	2	19	14	33
	3	17	17	34
	4	10	14	24
	5	2	6	8
Total		56	54	110

9. táblázat-Hagyományos videójátékok hatása a negatív érzelmekre

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ellenben az ezt követő Khi négyzet elemzés során azt a következtetést vonhattam le, hogy nincs szignifikáns kapcsolat a két állítás között. Tehát azt mondhatjuk, hogy a legtöbb hagyományos videójátékokat játszó kitöltőnek nem a negatív érzelmeinek az elnyomása a célja a játékkal.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,662 ^a	4	,226
Likelihood Ratio	5,845	4	,211
Linear-by-Linear Association	5,407	1	,020
N of Valid Cases	110		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,93.

10. táblázat- Khi négyzet teszt a 9. táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

Az utolsó szegmensben elvégeztem a szükséges statisztikai elemzéseket a mobiltelefonon játszó körében is. Ebben az esetben is máshogyan működik a két videójátékos csoport megítélése a témában. Ezek az elemzések az alábbi ábrákon láthatóak.

Crosstab

Count		Videójáték(Mobil)		Total
		Nem játszik	Játszik	
Milyen gyakran vannak olyan negatív érzései, mint szomorúság, kétségbeesés, szorongás, depresszió?	1	5	6	11
	2	19	14	33
	3	17	17	34
	4	14	10	24
	5	5	3	8
Total		60	50	110

11. táblázat- A mobiljátékok kapcsolata a negatív érzelmekkel

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ebben a táblázatban egyáltalán nem láthatjuk azt a jelenséget, hogy valamelyik csoport látványosan az egyik irány felé tolódna a válaszok alapján. Ebben az esetben azt tartom a legvalószínűbbnek, hogy a telefonos játékok kifejezetten az unalom elűzésére fókuszálnak, amely többnyire rövid egyhuzamban játékkal eltöltött időt eredményez. Végezetül levonhatjuk azt a következtetést, hogy a videójátékok az általam vizsgált területeken nem fejtenek ki szignifikáns hatást a kitöltő életminőségére. Megfigyelhetünk néhány jellegzetességet vagy mintát, de egyáltalán statisztikai mutatóval egyik sem kimutatható nagy mértékben.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,115 ^a	4	,892
Likelihood Ratio	1,116	4	,892
Linear-by-Linear Association	,309	1	,578
N of Valid Cases	110		

a. 2 cells (20,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,64.

12. táblázat-Khi négyzet teszt a 11. táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

3.2.2. Hipotézis II: A videójátékos közösség sokkal fogékonyabb az impulzusvásárlásra

Először is, mint már említettem kettébontottam a videójátékos közösséget, ugyanis mint a szakirodalmi elemzésben már említettem a mobiljáték gyártók manapság kifejezetten ügyelnek arra, hogy a játékok kifejezetten kihasználja az impulzusvásárlásra ösztönző tényezők használatát, ezért szerettem volna megvizsgálni azt, hogy esetleg külön-külön található-e összefüggés az impulzus vásárlás és a videójátékok játszsása között.

Mennyire jellemző a pc és konzol videójátékosokra, hogy impulzusvásárlás során megvásárol valamit, amelyre nincs szüksége?

Count		Mennyire jellemző, hogy egy leárazás alkalmával azonnal megvásárol egy terméket, amelyet később nem is használ?				Total
		1	2	3	4	
Videójáték(konzol-pc)	Nem játszik	23	13	13	7	56
	Játszik	16	22	11	5	54
Total		39	35	24	12	110

13. táblázat-Hagyományos videójátékok kapcsolata az impulzusvásárlásra

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ebben a táblában látható, hogy a kérdés arra vonatkozik, hogy a kitöltő saját bevallása szerint milyen gyakorisággal vásárol meg egy olyan terméket, amelyek leárazásra kerülnek majd sosem használja őket. Ebből látható, hogy szinte megegyezik az ebben a kategóriában azok száma, akik játszanak videójátékokat ezeken a platformokon és azok, akik nem. Emellett megfigyelhető az is, hogy nincs szignifikáns eltérés a két oldal között az impulzusvásárlásra való hajlandósága között. Ezt szintén egy Khi-négyzet vizsgálattal támasztom alá, amely az alábbi ábrán látható.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,036 ^a	3	,258
Likelihood Ratio	4,069	3	,254
Linear-by-Linear Association	,012	1	,912
N of Valid Cases	110		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,89.

14. táblázat-Khi négyzet teszt a 13. táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

Az előző Khi négyzet próba alapján látható az, hogy szintén nagyobb a p mint 0.05 tehát az állítás, hogy van összefüggés aközött, hogy az adott ember bevallása szerint mennyire hajlamos impulzusvásárlásra és pc, illetve konzolos videójátékokkal játszik elutasítandó. Ugyanezeket a tesztek elvégeztem a mobiljátékosok körében is, amely az alábbi ábrán látható.

Crosstab						
Count		Mennyire jellemző, hogy egy leírás alkalmával azonnal megvásárol egy terméket, amelyet később nem is használ?				Total
		1	2	3	4	
Videójáték(Mobil)	Nem játszik	20	18	14	8	60
	Játszik	19	17	10	4	50
Total		39	35	24	12	110

15. táblázat-Mobiljátékok hatása az impulzusvásárlásra

Forrás: Saját kutatás, 2023

Itt láthatjuk, hogy itt sincs jelentős nagy eltérés a két csoport között az általuk adott válaszokban. Ami kifejezetten meglepő, hogy a kitöltők közül kevesebben játszanak mobilos játékokkal, mint hagyományos konzolos és számítógépes játékokkal. Ezt támasztja alá az alábbi Khi négyzet teszt is, amely szintén azt mutatja, hogy nincs szignifikáns összefüggés aközött, hogy az adott illető mobil játékokkal játszik és milyen mértékben hajlamos az impulzusvásárlásra.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,036 ^a	3	,258
Likelihood Ratio	4,069	3	,254
Linear-by-Linear Association	,012	1	,912
N of Valid Cases	110		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,89.

16. táblázat-Khi négyzet teszt a 15. táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ezen a kérdésen kívül feltettem egy ezen állítás alátámasztására még egy kérdés, mely arról szól, hogy az adott kitöltő tervezi-e a játékok és a játékokon belüli vásárlásokat vagy pedig inkább hirtelen döntés alapján vásárol meg valamit.

Az alábbi ábrán láthatóak az általam meghatározott vásárlókatóriák, amelyek a következők, aki nem költ játékokra, aki tervezetten vásárol, aki megvárja a leárazásokat és végezetül pedig aki impulzusvásárol. Ezt szintén a videójátékok már említett csoportokra bontott állapotában vizsgáltam.

Crosstab							
			Vásárlásfajta				Total
			Nem költ játékokra	Tevezi a játékokra való költést	Impulzusvásá rlás	Leárazásokra vár	
Videójáték(Mobil)	Nem játszik	Count	21	11	13	15	60
		% within Videójáték (Mobil)	35,0%	18,3%	21,7%	25,0%	100,0%
	Játszik	Count	19	10	11	10	50
		% within Videójáték (Mobil)	38,0%	20,0%	22,0%	20,0%	100,0%
Total		Count	40	21	24	25	110
		% within Videójáték (Mobil)	36,4%	19,1%	21,8%	22,7%	100,0%

18. táblázat-Mobiljátékok kapcsolata a vásárlás típusokkal

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ahogy ezen az ábrán láthatjuk, azok akik mobilon játszanak és akik nem mindkét csoportban a legnagyobb önnálló részcsopórt azok akik nem költenek egyáltalán játékokra, míg a játékosok közül már a második legnagyobb részcsopórt azok akik hirtelen megfontolásból vásárolnak valamit.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	,409 ^a	3	,938
Likelihood Ratio	,411	3	,938
Linear-by-Linear Association	,311	1	,577
N of Valid Cases	110		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 9,55.

17. táblázat-Khi négyzet teszt a 16. táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ennél a táblázatnál szintén azt mondhatjuk, hogy elutasítjuk a hipóézist, mely az, hogy valaki mobilon játszik az összefüggésben van a döntési szokásaival. Ellenben ha megvizsgáljuk azt, hogy a hagyományos játékok fogyasztói viselkedésében láthatunk-e változást, akkor az ellenkezőjét tapasztalhatjuk.

Crosstab							
			Vásárlásfajta				Total
			Nem költ játékokra	Tevezi a játékokra való költést	Impulzusvásá rlás	Leárazásokra vár	
Videójáték(konzol-pc)	Nem játszik	Count	33	3	8	12	56
		% within Videójáték (konzol-pc)	58,9%	5,4%	14,3%	21,4%	100,0%
	Játszik	Count	7	18	16	13	54
		% within Videójáték (konzol-pc)	13,0%	33,3%	29,6%	24,1%	100,0%
Total		Count	40	21	24	25	110
		% within Videójáték (konzol-pc)	36,4%	19,1%	21,8%	22,7%	100,0%

19. táblázat-Hagyományos videójátékok hatása a vásárlási csoportokra

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ezen az ábrán láthatjuk, hogy a hagyományos videójátékosok körében már erősen nem az a jellemző, hogy nem költenek játékokra, hanem szorosan a tervezett játékvásárlás és az impulzus vásárlás, amely vezeti a statisztikát. Míg a nem hagyományos videójátékokat játszóknál az impulzusvásárlás csupán a válaszok 14,3%-ában fordult elő, míg a hagyományos videójátékokat fogyasztók körében több, mint a duplája, pontosan 19,6%.

Ebből a táblából már következtethetünk arra, hogy a hagyományos videójátékok már hatással vannak arra, hogy milyen vásárlási kultúrája van a kitöltőnek. Ehhez szintén elvégeztem egy Khi négyzet tesztet is, amely a következő ábrán látható.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	30,295 ^a	3	<,001
Likelihood Ratio	32,963	3	<,001
Linear-by-Linear Association	8,659	1	,003
N of Valid Cases	110		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 10,31.

20. táblázat-Khi teszt a 19.táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

Itt már ahogyan az előző táblázat is jelezte szignifikáns kapcsolat van aközött, hogy a kitöltő hagyományos videójátékokat játszik és aközött, hogy milyen vásárlási szokásai vannak. Mivel a p ezúttal kisebb, mint 0,05, ezért szükséges megvizsgálnunk a Cramer V-t is ebben az esetben.

Symmetric Measures

		Value	Approximate Significance
Nominal by Nominal	Phi	,525	<,001
	Cramer's V	,525	<,001
N of Valid Cases		110	

22. táblázat-Cramer V a 20. táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

Mint ahogy az alábbi táblázat mutatja a Cramer V értéke 0,53, amely azt jelenti, hogy a közepesnél erősebb szignifikáns kapcsolat áll fent. Ez alapján elfogadhatjuk azt a hipotézist, hogy a hagyományos értelemben vett videójátékok(számítógép és konzol) hatással vannak arra, hogy az illető milyen vásárlási szokásokkal rendelkezik.

Vásárló típusok a játékok alapján

			Vásárlásfajta				Total
			Nem költ játékokra	Tevezi a játékokra való költést	Impulzusvásárlás	Leárazásokra vár	
Games ^a	Társasjáték	Count	27	12	14	22	75
		% within Jatekok	36,0%	16,0%	18,7%	29,3%	
	Videójáték(konzol-pc)	Count	7	18	16	13	54
		% within Jatekok	13,0%	33,3%	29,6%	24,1%	
	Videójáték(Mobil)	Count	19	10	11	10	50
		% within Jatekok	38,0%	20,0%	22,0%	20,0%	
	Gyűjthető játékok	Count	4	3	5	5	17
		% within Jatekok	23,5%	17,6%	29,4%	29,4%	
	Nem játszik	Count	2	0	0	0	2
		% within Jatekok	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	
	Total		40	21	24	25	110

Percentages and totals are based on respondents.

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

21. táblázat-Vásárló típusok játékok alapján

Forrás: Saját kutatás, 2023

Az alábbi táblán láthatjuk azt, hogy milyen mértékben osztlanak meg a válaszok a különböző játéktípusok közt a különböző vásárlótípusok. Láthatjuk, hogy csupán két kategóriában az elsőszámú válasz az, hogy az illető nem költ a játékokra, azon a két emberen kívül, aki nem játszik játékokat. A társasjátékozókön kívül minden kategóriában az impulzusvásárlás az első vagy a második legnépszerűbb játékvásárlási opció. Ebből alapvetően megállapíthatjuk azt, hogy a magyar játékos közösség alapvetően fogékony az impulzus vásárlásra. Emellett levonhatjuk azt az alapvető következtetést is, hogy azokban a kategóriákban, ahol népszerű az ingyenes játéklehetőség, tehát a mobil piac és a társasjátékok piaca, ott szívesen választják a kitöltők ezt a játékformát.

3.2.3. Hipotézis III: A magasabb végzettséggel rendelkezők kevésbé fogékonyak az impulzus vásárlásra

Végül pedig azt szeretném vizsgálni, hogy a magasabb végzettséggel rendelkezők láthatóan jobban ellenálnak az impulzusvásárlás késztetésének. Ehhez szintén készítettem egy keresztábrlát, amelyben összevetem a kitöltők legmagasabb végzettségét és a vásárlási szokásaikat.

		Vásárlásfajta				Total
		Nem költ játékokra	Tevezi a játékokra való költést	Impulzusvásárlás	Leárazásokra vár	
Legmagasabb végzettsége:	Általános Iskola	Count	0	1	0	1
		% within Legmagasabb végzettsége:	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Diploma	Count	11	7	7	30
		% within Legmagasabb végzettsége:	36,7%	23,3%	23,3%	100,0%
	Érettségi	Count	23	10	9	55
		% within Legmagasabb végzettsége:	41,8%	18,2%	16,4%	100,0%
	Szakiskola	Count	6	3	8	22
		% within Legmagasabb végzettsége:	27,3%	13,6%	36,4%	100,0%
	Technikus	Count	0	0	0	1
		% within Legmagasabb végzettsége:	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Total	Count	40	21	24	109
		% within Legmagasabb végzettsége:	36,7%	19,3%	22,0%	100,0%

23. táblázat-Vásárlótípusok végzettség alapján

Forrás: Saját kutatás, 2023

Ebben a táblázatban szabad szemmel látható, hogy a végzettség nem befolyásolja az impulzusvásárlásra való hajlandóságot, ugyanis a látható, hogy akik, csak érettségivel rendelkeznek jelentősen alacsonyabb részben hajlamosak az impulzus vásárlásra, mint a diplomások. Ugyanis a diplomások 23,3%-a jelölte meg azt a választ, amely a hirtelen döntésből vásárlás, míg a csak érettségivel rendelkezőknek csak a 16,4%-a. Ellenben azt is megfigyelhetjük, hogy a legalacsonyabb végzettséggel rendelkezők közt a legmagasabb az impulzusvásárlásra való hajlandóság, ugyanis ennek a csoportnak 36,4%-a jelölte meg ezt a választ. Ezért szükségesnek éreztem egy újabb Khi négyzet teszt elvégzését.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	12,650 ^a	12	,395
Likelihood Ratio	11,071	12	,523
N of Valid Cases	109		

a. 11 cells (55,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,19.

24. táblázat-Khi négyzet teszt a 23. táblázathoz

Forrás: Saját kutatás, 2023

Mint láthatjuk ebben az esetben sem fogadhatjuk el az állítást miszerint a végzettség kapcsolatban van a vásárlási szokásokkal.

4. ÖSSZEFOGLALÁS

A szakdolgozatomban kíváncsi voltam, hogy milyen hatásokat fejtenek ki a videójátékok a mindennapi életünkre és életminőségünkre, mivel kiskorom óta érdeklődöm a téma irányában. Először is a szakirodalmi elemzés során áttekintettem a játék különböző történelmi korokból és szakterületekről származó definícióit. Majd elkezdtem a játékok különböző gazdasági és társadalmi hatásait vizsgálni a különböző szakirodalmak alapján. Kezdetben igyekeztem teljesen feldolgozni, hogy a különböző játék típusoknak milyen pozitív és negatív hatásai vannak mindennapi életünkre, különösképp ügyelve arra, hogy semmiképp se használjak fel elavult forrásokat.

Miután a pozitív és negatív hatásait minden vizsgált játéktípusnak megismertem, elkezdtem foglalkozni a manapság legdivatosabb módokkal, amelyekkel a játékfejlesztő cégek és a különböző játékiparban résztvevő szereplők szeretnék rávenni a játékosokat a lehető legtöbb pénz elköltésére. Megismertem a „lootboxok” történelmét abból a szemszögből, hogy hogyan is került be a mindennapjainkba és hogyan nehezítette meg a különböző országok törvényhozóinak munkáját. Megismertem a különböző törvényeket melyeket a különböző országok hoztak annak érdekében, hogy ne lehessen egy videójátékban engedély nélkül addiktív szerencsejátékra hasonlító játékelemek felhasználásával függőségbe taszítani az arra fogékony embereket.

Megvizsgáltam a „lootboxoktól” teljesen eltérő népszerű „gacha” mechanikát, mely szintén sok fejtörést okozott a játékos közösségnek és megismertem azt a fajta „törvénykezést”, amely akkor történik, ha a játékiparnak kell saját magát szabályozni a törvénykezők helyett. Itt látható a különböző játékgyártó cégek sikeres probléma megoldása mielőtt az adott helyzet teljesen kicsúszott volna a kezük közül és újra külső beavatkozásra lett volna szükség.

Ezután vizsgáltam a könyvekből a videójátékos kultúrába kerülő „battle royale” játékok saját „battle pass” rendszerét, amelyet ma már szinte minden ingyenesen elérhető videójátékban megtalálunk. Ebben a részben jól látható volt, hogy hogyan lehet egy nagyon jó piacra lépés után egy régi ötlet felújításának hála sokáig releváns játékot létrehozni. Emellett nagyon jól szemléltethetően bemutatta azt is, hogy hogyan lehet azzal ösztönözni a játékosokat a lehető legtöbb játékidő és pénz befektetésére, hogy egyszer már befektettek a játékba egy bizonyos összeget.

Az ezt követő fejezetben körüljártam azt, hogy milyen módokon használják fel a flow élményt az impulzusvásárláshoz szükséges környezet kialakításához az internetes boltok. Jól szemléltetve azt mennyire fontos a megfelelő odafigyelés, főleg a fiatalabb generáció oktatásában, hogy tisztában legyen mindenki azzal, hogyan lehet pénzügyileg tudatosan használni ezeket az egyébként sok területen kiváló platformokat. A fejezet során megismerkedtem a flow élmény mélyebb jelentésével is és azzal, hogy hogyan vezethet sikerre egyes játék szériákat vagy egész fejlesztőcégeket az, hogy a megfelelő módon alakítják ki a kihívás-jutalom körforgást a játékokban. Mindezt a zsáner teremtmő FromSoftware híres Dark Souls játékszériájával.

Az ezt követő fejezetekben végre elérkeztem a kutatáshoz, amely nagyon meglepő eredményeket hozott. Először elkészítettem a kérdőívet, amelyet a WHO életminőség kérdőíve alapján hoztam létre, majd hólabda módszer segítségével elértem 110 kitöltőt a játékos közösségből. A kérdőívben beérkezett adatok alapján pedig belekezdtem az elemzésbe.

Az első fejezetben az alap demográfiai adatokat jártam végig, hogy megfelelő képet kapjunk a kérdőívet kitöltők összetételéről. Megvizsgáltam a kitöltők nemi összetételét, megállapítottam a korcsoportokat és megvizsgáltam azt, hogy milyen párkapcsolati állapotok jelennek meg a közösségben. Erre mind azért volt szükség, hogy a lehető legjobban meg tudjam állapítani a későbbiekben, hogy például hányan használják a videójátékokat a negatív érzelmeik elnyomására.

Az ezt követő fejezetben keresztábra elemzések sorozatával megállapíthattuk, hogy milyen módon befolyásolják a különböző videójátékok a kitöltők életminőségét. Megvizsgáltam, hogy mennyire hatásosak a magyar videójátékos körökben azok a módszerek amikkel az impulzus vásárlást igyekeznek előidézni a játékfejlesztők. Végezetül pedig megvizsgáltam azt, hogy mennyire hatásos a magyar oktatás abban, hogy pénzügyi tudatosságra nevelje az embereket.

IRODALOMJEGYZÉK

1. Chukwu, L. O., & Ramaswamy, Y. (2021). Differentiating Video Game Addiction from Other High-Level Engagements Among Adult Players.
2. HEAP, S. H. – HOLLIS, M. – LYONS, B. -. SUGDEN, R. – WEALE, A. (1994): The Theory of Choice. A Critical Guide. Blackwell, Oxford UK & Cambridge USA
3. Petrovskaya, E., & Zendle, D. (2020). The battle pass: A mixed-methods investigation into a growing type of video game monetisation. *OSF Preprints, Sep.*
4. Törőcsik, M. (1995). A vásárlási döntések típusai. *Marketing & Menedzsment*, 29(6), 28-33.
5. Cseh, D. (2013). Fogyasztói magatartás és impulzusvásárlás a mobilalkalmazás áruházakban (Doctoral dissertation, BCE Gazdálkodástudományi Kar).
6. Lee, Z. W., Cheung, C. M., & Chan, T. K. (2021). Understanding massively multiplayer online role-playing game addiction: A hedonic management perspective. *Information Systems Journal*, 31(1), 33-61.
7. Csikszentmihalyi, M., Abuhamdeh, S., & Nakamura, J. (2005). Flow. *Handbook of competence and motivation*, 598-608.
8. Caillois, R. (2001). *Man, play, and games*. University of Illinois press.
9. Crawford, C. (2003). *Chris Crawford on game design*. New Riders.
10. Gutierrez, R. (2017). Therapy & dragons: A look into the possible applications of table top role playing games in therapy with adolescents.
11. Rosser, J. C., Lynch, P. J., Cuddihy, L., Gentile, D. A., Klonsky, J., & Merrell, R. (2007). The impact of video games on training surgeons in the 21st century. *Archives of surgery*, 142(2), 181-186.
12. Prensky, M., & Berry, B. D. (2001). Do they really think differently. *On the horizon*, 9(6), 1-9.
13. Joseph, D. (2021). Battle pass capitalism. *Journal of Consumer Culture*, 21(1), 68-83.
14. Moshirnia, A. (2007). The educational potential of modified video games. *Issues in Informing Science & Information Technology*, 4.
15. Hinebaugh, J. P. (2009). A board game education. *R&L Education*.

16. Petousi, D., Katifori, A., Roussou, M., Ioannidis, Y., & Sakellariadis, P. (2023, April). Historical reality vs anachronistic fantasy: The history educators' perspective on tabletop RPGs. In Proceedings of the 18th International Conference on the Foundations of Digital Games (pp. 1-8).
17. Petousi, D., Katifori, A., Roussou, M., Ioannidis, Y., & Sakellariadis, P. (2023, April). Historical reality vs anachronistic fantasy: The history educators' perspective on tabletop RPGs. In Proceedings of the 18th International Conference on the Foundations of Digital Games (pp. 1-8).
18. Koeder, M. J., & Tanaka, E. (2017). Game of chance elements in free-to-play mobile games. A freemium business model monetization tool in need of self-regulation?.
19. Wittgenstein, L. (2019). Philosophical investigations.

Elektronikus hivatkozások

1. <https://esport1.hu/news/2022/07/10/gaming-blizzard-leallitottak-a-heroes-of-the-storm-fejlesztet-sensevida> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
2. <https://www.gamedeveloper.com/blogs/video-game-insights-report-first-half-of-2022-on-steam> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
3. <https://leaguefeed.net/how-much-would-it-cost-to-buy-every-skin-in-league-of-legends/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
4. <https://open.spotify.com/episode/3s7gTZFqZcSgwKDDvguyBr?si=e72adec861e8498b> Kontra Podcast (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
5. <https://steamdb.info/charts/?tagid=1084988&select=1&compare=1046930> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
6. <https://levvvel.com/teamfight-tactics-statistics/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
7. <https://support-leagueoflegends.riotgames.com/hc/en-us/articles/19434260680083-League-of-Legends-Worlds-2023> (Utolsó letöltés: 2023. november 15.)
8. <https://steamcharts.com/app/1097150> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
9. <https://www.statista.com/statistics/755111/pubg-number-players/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
10. <https://www.metacritic.com/browse/game/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)

11. https://www.pgs.hu/playstation-marvel-spiderman-limitalt-kiadas-p-464515.html?gad_source=1&gclid=Cj0KCQjw-pyqBhDmARIsAKd9XIOeGiuh7AHtozcfzNJKDfjq1KCY21atfzDdNqmj5V4TatHW5V6d2YaAodjEALw_wcB / (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
12. <https://www.gamereactor.eu/starfield-increases-xbox-sales-on-amazon-by-over-1000-1301483/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
13. <https://www.monstersandcritics.com/tv/prison-break-is-michael-using-game-theory-to-get-what-he-wants/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
14. https://activeplayer.io/top-15-most-popular-pc-games-of-2022/#google_vignette
15. <https://dota2.prizetrac.kr> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
16. <https://www.fun.com/best-selling-board-games-all-time.html> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
17. <https://gamerant.com/best-selling-steam-games-baldurs-gate-3/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
18. <https://eu.usatoday.com/story/tech/gaming/2022/09/05/what-most-expensive-pokemon-card/10216818002/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
19. <https://magic.gg/news/magic-world-championship-xxviii-information-for-invitees>
20. <https://www.pokemon.com/us/play-pokemon/worlds/2022/prizes> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
21. <https://www.forbes.com/sites/brettknight/2022/03/30/collectors-psa-trading-cards/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
22. <https://www.psacard.com> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
23. <https://www.beckett.com/grading> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
24. https://store.steampowered.com/app/570940/DARK_SOULS_REMASTERED/ (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
25. <https://steamcommunity.com/stats/374320/achievements> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
26. <https://www.statista.com/statistics/1300663/elden-ring-sales-worldwide/>
27. <https://store.steampowered.com/charts/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
28. <https://store.epicgames.com/en-US/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
29. <https://backlinko.com/epic-games-users#key-epic-store-stats> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
30. <https://www.metacritic.com/browse/game/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)

31. <https://www.statista.com/statistics/755111/pubg-number-players/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
32. <https://steamcharts.com/app/1097150> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
33. <https://www.vg247.com/fortnite-battle-royale-gets-dota-2-style-battle-pass-loads-of-new-items> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
34. <https://www.gamesindustry.biz/fortnite-sold-5-million-battle-passes-on-the-first-day-of-season-3> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
35. <https://www.sportskeeda.com/gta/how-much-money-gta-5-made-far-a-deep-dive-year-by-year-sales> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
36. <https://www.qsstechnosoft.com/blog/guide-to-develop-candy-crush-saga-like-app/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
37. <https://www.reuters.com/technology/candy-crush-saga-hits-20-billion-revenue-milestone-maker-king-says-2023-09-26/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
38. <https://ccci.am/7-most-expensive-video-games-to-produce/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
39. <https://www.youtube.com/@smxvod> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
40. <https://www.youtube.com/watch?v=UjZYMI1zB9s> Free to play (Utolsó letöltés: 2023 november. 05)
41. <https://www.twitch.tv/soulsmatex> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
42. <https://www.fandomspot.com/gacha-rate-ups/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
43. https://www.visualcapitalist.com/visualizing-the-biggest-gaming-company-acquisitions-of-all-time/#google_vignette (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
44. <https://www.artstation.com/blogs/dioeye/1dYG/bridging-the-gap-between-gaming-and-history-how-assassins-creed-unity-is-helping-rebuild-notre-dame> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)
45. <https://www.visualcapitalist.com/visualizing-the-biggest-gaming-company-acquisitions-of-all-time/> (Utolsó letöltés: 2023. november 05.)

MELLÉKLETEK

A játékok hatása gazdasági döntéseinkre

Zámbó Dominik vagyok, jelenleg végzős egyetemista hallgató az Óbudai Egyetem Gazdaságinformatikus szakon. Kiskorom óta foglalkoztatnak a játékok, ezért ebben a témában szerettem volna kutatni a szakdolgozatomban. A kérdések az ön életminőségére vonatkoznak és pénzügyi döntéseire. Nagyon szépen köszönöm Önnek, ha szán rá néhány percet kérdőívem kitöltésére.

1. Hány éves ön?
 - a. Saját válasz
2. Mi a neme?
 - a. Férfi
 - b. Nő
 - c. Inkább nem adom meg
3. Legmagasabb végzettsége:
 - a. Nincs
 - b. Általános iskola
 - c. Érettségi
 - d. Szakiskola
 - e. Diploma
 - f. Egyéb: (Saját válasz)
4. Párkapcsolati állapot:
 - a. Egyedülálló
 - b. Párkapcsolatban
 - c. Házas
 - d. Özvegy
 - e. Elvált
5. Hogyan értékeli az életminőségét?
 - a. 1-5 skála
6. Mennyire elégedett az egészségével?
 - a. 1-5 skála

7. Milyen mértékben érzi, hogy a (testi) fájdalom megakadályozza abban, hogy azt tegye, amit tennie kell ?
 - a. 1-5 skála
8. Mennyire van szüksége orvosi kezelésre a mindennapos élettevékenység érdekében ?
 - a. 1-5 skála
9. Mennyire élvezi az életet?
 - a. 1-5 skála
10. Milyen mértékben érzi az életét értelmesnek?
 - a. 1-5 skála
11. Mennyire jól tud koncentrálni?
 - a. 1-5 skála

A következő kérdések arra vonatkoznak, hogy az elmúlt két hétben mennyire volt jellemző Önre az adott állítás.(1-5 skála)

1. Van elég energiája a mindennapokban?
2. Mennyire képes elfogadni testi megjelenését?
3. Elég pénze van, hogy kielégítse szükségleteit?
4. Mennyire elérhetőek az információk, amelyekre szüksége van a mindennapi életében?
5. Milyen mértékben van lehetősége szabadidős tevékenységre?

A következő kérdések azt kéri, hogy mondja meg mennyire jól vagy elégedetten érezte magát az élet különböző oldalaival kapcsolatban az elmúlt két héten.(1-5 skála)

1. Mennyire él mozgalmas életet?
2. Mennyire elégedett az alvásával?
3. Mennyire elégedett a mindennapos életvitele során a saját képességével?
4. Mennyire elégedett a munkaképességével?
5. Mennyire elégedett önmagával?
6. Mennyire elégedett személyes kapcsolataival?
7. Mennyire elégedett a nemi életével?
8. Mennyire elégedett a barátaitól kapott támogatással?

9. Mennyire elégedett Ön a lakóhelye körülményeivel?
10. Mennyire elégedett az egészségügyi szolgáltatások elérhetőségével?
11. Mennyire elégedett a közlekedés lehetőségeivel?
12. Milyen gyakran vannak olyan negatív érzései, mint szomorúság, kétségbeesés, szorongás, depresszió?
13. Mennyire jellemző, hogy egy leárazás alkalmával azonnal megvásárol egy terméket, amelyet később nem is használ?
14. Milyen típusú játékokkal szokott játszani?
 - a. Társasjáték
 - b. Videójáték(konzol, pc, web)
 - c. Videójáték(mobil)
 - d. Asztali szerepjáték
 - e. Gyűjthető játékok(például kártyák)
15. Mennyit költ átlagosan egy hónapban játékokra?
 - a. 0-5000 Ft
 - b. 5001-10000 Ft
 - c. 10001 - 15000
 - d. Ft15001- 20000
 - e. Ft20001 - 25000
 - f. Ft25001 - 30000
 - g. Ft30 000 Ft+
16. Melyik vásárlást részesíti előnyben az alábbiak közül?
 - a. Teljes játékok vásárlása
 - b. Kiegészítők vásárlása
 - c. Videójáték esetében játékon belüli vásárlások
 - d. Nem költök játékokra
17. Az alábbiak közül melyik a jellemző Önre?
 - a. Tervezem a játékok megvásárlását és a játékokon belüli vásárlásokat
 - b. Leárazások esetén igyekszem mindent megvásárolni, amit szerettem volna
 - c. Hirtelen felindulásból vásárolok
 - d. Nem költök játékokra

TARTALMI KIVONAT

A szakdolgozatomban azt vizsgálom, hogy milyen hatások érik a mindennapi gazdasági döntéseinket és életminőségünket, ha videójátékokkal játszunk. A WHO által szerkesztett kérdőív alapján vizsgáltam, hogy a kitöltők milyen életminőséggel rendelkeznek. Az impulzusvásárlás tekintetében megvizsgáltam a „lootbox”, „gacha”, „battle pass” rendszereket a játékokban és azt, hogy hogyan próbálnak a különböző játékgyártó cégek motiválni arra, hogy megvegyük ezeket a tartalmakat. Emellett az impulzusvásárlás kapcsolata a flow élménnyel is tárgyalásra került. A kutatásom során, pedig tárgyalásra került a kapcsolat a hagyományos és mobil videójátékok hatása arra, hogy milyen a játékos fizikai és mentális egészsége. Megvizsgáltam azt, hogy a magyar oktatás milyen szinten tanítja meg az embereket a pénzügyi tudatosságra. Igyekeztem főképp azt vizsgálni, hogy milyen különbségek vannak a mobilos és a hagyományos játékosok között.

SUMMARY

In my thesis, I examine the effects of video games on our economic decisions and on our quality of life. I used a questionnaire made by the World Health Organization to investigate the quality of life of Hungarians. In the case of economic decisions, I investigated the lootbox, gacha, and battle pass systems of video games to understand how they manipulate us to spend money. I examined the connection between the flow state and impulse buying and how this is used. The two main target groups for my study were traditional (PC, console) gamers and the mobile phone gamer community. Finally, I made a study about how good Hungarian education is at teaching how to avoid spending unnecessary money..