

NETNOGRÁFIÁS KUTATÁS ÉS SZAKÉRTŐI VÉLEMÉNYEK A HAZAI E-SPORTRÓL

NETNOGRAPHIC RESEARCH AND EXPERT OPINIONS ON DOMESTIC E-SPORTS

Jármi László, Fehér András

ÖSSZEFOGLALÁS

Napjainkban sokszor találkozunk az e-sporttal, mint kifejezéssel, ami egyben robbanásszerűen növekvő iparág is. Sikerét persze a következő tényezők befolyásolták: köszöntheti az internet forradalomnak, az Y és Z generáció egyre nagyobb térhódításának és az okos eszközök mindennapos használatának és utoljára, de nem utolsósorban az online média platformoknak. Kutatásunkban bemutatjuk az e-sportot, mint globális jelenséget megismertetjük, sikerességét feltérképezzük, továbbá az offline és online elérhető források felhasználásával bemutatjuk hogyan jutott ide az e-sport. Ezek segítségével kaptunk támpontot kutatási kérdések megfogalmazására. Adatgyűjtés során a marketingkutatás szekunder és primer (résztvevő és nem résztvevő netnográfiai megfigyelés és 5 szakértői interjú) módszerét alkalmaztuk. Felvilágosítást nyertünk, hogy az Y és Z generáció hogyan vélekedik az e-sportok terén. Megfigyelésünk során nagy érdeklődési igény van az ilyen fajta „sportra”. Az utóbbi egy évtizedben szemünk láttára lett kihívója az offline sportoknak az e-sport a nézettség és a sportok valós üzése terén egyaránt. Rohamosan nő az e-sport fogyasztók tábora. Úgy gondoljuk, globális értelemben egy olyan jövőbe mutató sportágról van szó, amely egyre komolyabb gazdasági kihívásokkal és finanszírozással rendelkezik szervezeti szinteken.

Kulcsszavak: e-sport, generáció, online média, sportág

ABSTRACT

Nowadays, we often come across e-sports as a term, which is also an explosively growing industry. Its success has, of course, been influenced by the following factors: it can be attributed to the Internet revolution, the growing prevalence of Generations Y and Z, and the everyday use of smart devices, and last but not least, online media platforms. In our research, we present e-sport as a global phenomenon, map its success, and show how e-sport got here using offline and online resources. With the help of these, we got support for formulating research questions. During data collection, we used the secondary and primary methods of marketing research (participant and non-participant netnographic observation and 5 expert interviews). We were briefed on how Generations Y and Z view e-sports. In our observation, there is a great demand for this kind of “sport”. In the last decade, e-sports have become a challenge for offline sports, both in terms of viewing and real sports. The camp of e-sports consumers is growing rapidly we believe that, in a global sense, it is a forward-looking sport with increasingly serious economic challenges and funding at the organizational levels.

Keywords: e-sport, generation, online media, sport

BEVEZETÉS

Az elektronikus sport, avagy az e-sport, mint fogalom a '70-es évek elejére tehető, amikor az Egyesült Államokban egyetemistahallgatók az Atari segítségével megszervezték az első Arcade típusú e-sport világbajnokságot (I1). Itt még a játékosok idézőjelesen csak a játékban a játék ellen harcoltak, küzdöttek a minél több pont elérése érdekében. A modern kori és mindennapjainkban ismert e-sport, a PvP (Player versus Player) a játékos játékos, ellen, vagyis egymás ellen történő összecsapás a 2000-es évek elején multiplayer játékok segítségével jött létre. Itt a fő siker abban rejlik, hogy a játékosok nemcsak az úgynevezett LAN-on (Local Arena Network)

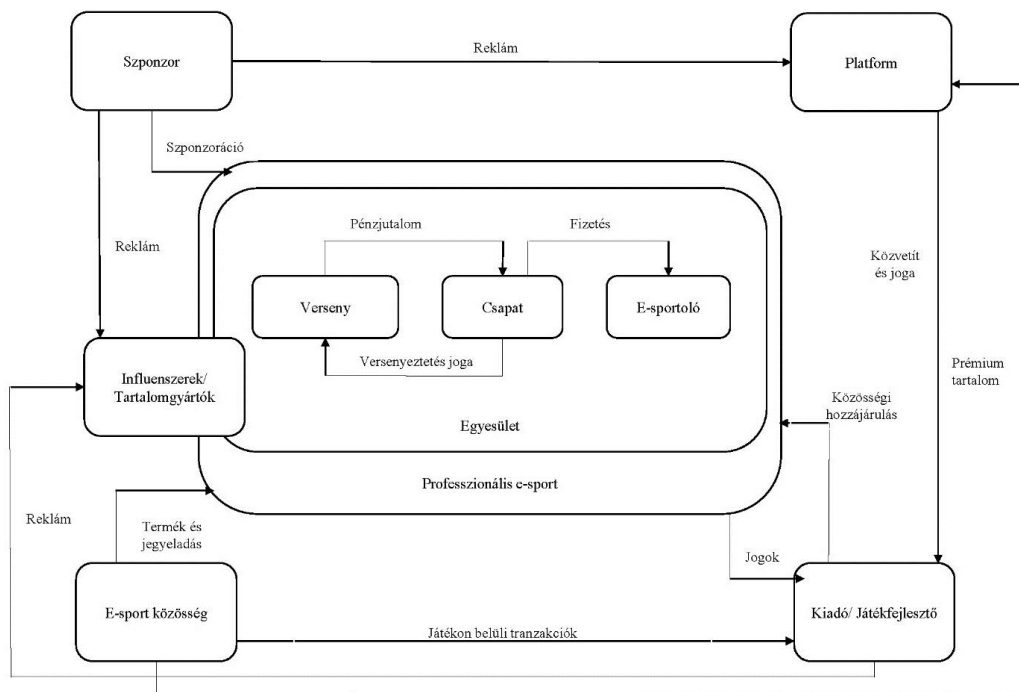
során játszottak egymás ellen, hanem a játék fejlesztői során létrehozott külön versenysorozatokon is versengtek egymással. Sokan gondolják még mai nap is, hogy az e-sport az egy jelentéktelen foglalkozás. Az internet, és ennek térhódítása, nagyban hozzájárult az e-sport és ez által e-sport közösségek kialakulásához (ANDREJKOVICS, 2018). Folyamatosan megjelenő újabbnál újabb játékok pedig kinyitották a világot az Y és Z generáció előtt. Számos sztereotípiával kell szembenézni az e-sportnak és a játékosoknak egyaránt, például „ez csak játék” „semmis tevékenység”, vagy „nincsen haszna”. Ezek a sztereotípiák leginkább az online és offline tér összevetéséből származó életkorból fakadó különbségekből is adódnak.

Az e-sport szakirodalom Magyarországon elég gyerekcipőben jár. Készültek tanulmányok a V4 Future E-sports Festival után, fellelhető pár szakirodalmi cikk más nem gazdaságtudományi terület irányból. Gondolunk itt társadalomtudományi, informatikai- vagy sporttudományi szakterületről. Fontosnak tartjuk megemlíteni az e-sport kerekasztal tevékenységét vagy olyan tanulmányi köteteket, amelyek e-sport konferenciák után készültek el. Ilyen például a Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar, „Az e-sport élre törő válogatott tanulmányok kötet”. Ebben a kötetben nagyon jól kiderül milyen is a mai Magyarország e-sport helyzete technikai, szervezeti és gazdasági háttere. Megjelenik minden fontosnak vélt és vizsgálható információ a legalsó szintektől, mint az internetezők arányától teljesen az online médiafogyasztási szokásokig (SZABADOS et al., 2021). Szekunder irodalmak által fontos megérteni, hogy az e-sportban milyen helyzet, viszonyok uralkodnak itthon a globális színtérrel szemben. Itt kell megismerni a hazai piac helyzetét, ezután a nemzetközi versenyeket, és ökoszisztémáját és emellett a sport, és e-sport kapcsolatát. A hazai viszonyok megértése érdekében párba állítottuk a nemzetközi színtérrel, ami előtt megvizsgáltuk a szakirodalmak segítségével a rendszerét és működését az e-sportnak.

A cikk megírását megelőzően a következő kutatási kérdéseket fogalmaztuk meg: Milyen szisztéma szerint működik az e-sport rendszere gazdaságilag? Milyen külföldi és magyar példák állnak rendelkezésre a DEAC e-sport szakosztály számára? Milyen interdiszciplináris kutatások, eredmények állnak rendelkezésre az e-sport területén? Milyen a magatartása, viselkedése az online közösségnek a játékon kívül és belül?

Ha az ökoszisztémáját vesszük szemügyre, az e-sport szereplőinek rendelkezésre állnak azok a források, amelyekkel fenn tudják magukat tartani és sikereket elérni. Az 1. ábrán is jól látható a rendszer mozgatórugója az e-sportolók, és az e-sport csapatok, akik alkalmazzák ezeket a játékosokat. Az esetükben tekinthetünk úgy rájuk, mint rendes „sportoló” avagy, mint tartalomgyártó, akik online e-sport felületekre gyártnak tartalmat. A játékokat, magukat a játékfejlesztők gyártják és ők felelnek a játékok versenyzetési jogaiért és közvetítéséért is, ezáltal kölcsönös a munka a játékgyártók és az e-sport további szereplői között, tehát nagyon fontos, hogy szimbiózisban működjenek. A tartalmak közvetítése online felületen történik. Többnyire így tudják legkönnyebben elérni a fogyasztókat ehhez az online média platformok, mint a Youtube és a Twitch.tv segítségükre szolgálnak. Nemzetközi piacot vizsgálva megállapítható, hogy az e-sport szervezetek/csapatok hasonlóan vagy ugyanúgy működnek, mint egy profi sportcsapat (CHALMET, 2017). Ez nem meglepő, hiszen több sportcsapat is rendelkezik e-sport szakosztállyal, avagy teljesen külön e-sport és pénzügyi szponzorációs csapat kerettel. Fontos és megállapítható, hogy jó pár csapat nem köteleződik el csak egy sportág mellett. Akár több játékban is rendelkezik egy adott e-sport szervezet több csapattal különböző játékokban. Persze a piacon a rendszerben vannak olyan csapatok, amelyek csak egy játékra összpontosítanak és próbálnak elérni minél nagyobb sikert (I2). Mindkettő stratégiának megvan a maga előnye. A hagyományos sportoktól eltérően az e-sportnak megvan az a hátránya, hogy nem rendelkezik átfogó globális szervezettel (pl. labdarúgásban a FIFA), amely felügyelne mindent az e-sportban. Ehelyett olyan különböző helyi szerveződések, szövetségek vannak, melyek próbálják védeni a játékosokat és emellett működnek párhuzamosan és véghezvinni küldetésüket. Ennek az oka legfőképp

az, hogy a legsikeresebb e-sport játékok minden aspektusáért a játékfejlesztői, kiadói felelnek, és az e-sport eseményeken elsősorban szervezőként vannak csak jelen.



1. ábra: Az e-sport belső ökoszisztémája napjainkban

Forrás: Saját készítés

A trendek hatására itthon is eltökélt szándék mutatkozik a kormány és akár a szakosztályok létrejöttével az e-sport iránt. Nemzeti stratégiaként elmondható a kormány hozzájárulásával az E-sportmilliával folytatott közös munka. Az Egymillióan a magyar e-sportért Egyesület a kormánytól 2 milliárd forintot kapott támogatás formájában. 2013-ban létrehozta a Magyar E-sport Szövetséget melynek küldetése: össze fogni a magyar e-sport szervezeteket, klubokat és minden évben a fogyasztói réteg számára Magyarországon megszervezni a V4 Future Esports Festival-t. Fontos megemlíteni, hogy nem csak a gazdasági ügyekben kell eljárnia az E-sportmillának. Fontos a társadalmi edukáció, lobbizás, tevékenység az e-sport sportként való elfogadása, illetve a magyar e-sport strukturális szerkezetének kialakítása is a tevékenység körei közé tartozik (BÁTFAI et al., 2018; SZABELLA, 2018).

ANYAG ÉS MÓDSZER

A marketingkutatás szekunder és primer kutatási módszertanát alkalmaztuk a kutatás során. A szekunder irodalomban releváns, szakirodalmi forrásokat használtunk. A téma sajátossága miatt a források nagy része interneten fellelhető tanulmányok és elemzések voltak. Azonban a lehetőségekhez mérten megvizsgáltuk az elérhető szakkönyveket és folyóirat cikkeket egyaránt. A primer kutatás részeként kvalitatív módszertant alkalmaztunk. A kutatásunk legnagyobb részét a netnográfias módszertan használata tette ki. Ezen belül számszerűsített és nem számszerűsített adatokra és információkra tettünk szert a megfigyelés során. A kutatás első részében nem résztvevő megfigyeléssel elemeztük az e-sport globális és hazai színtereit, amelynek során kategorizálásokat alakítottunk ki. A netnográfias kutatásunk folytatásaként, a résztvevői megfigyelés

által, az eredményeket egy konkrét játék kiválasztásával kaptuk meg (League of Legends), amelyben több tíz órát töltöttünk és ennek segítségével tudtuk meghatározni a kereső szavakat a játékon belül és kívül. A következő részben a keresőszavak segítségével tudunk számszerűsített adatokat kinyerni. A netnográfiai résztvevő megfigyelés módszere szerint 100 ranked-rangsorolt mérkőzést játszottunk. Ezen játék platformja szolgált mintavételezés helyszínéül ami, a keleti-régió (European North-East Server) szervere volt. Itt az etnikai összetétel sokszínű a játékosok Közép-Európa, Kelet-Európa nemzeteiből származnak, nyelvezet főként angol. Itt a játékon belül a játékosok magatartását és játékszolgáltatás fogyasztását vizsgáltuk mennyire befolyásolja a játékok kimenetelét, ha akármilyen nem megfelelő viselkedés volt, akkor azt a 1-essel, ha nem volt, akkor 0-val jelöltük. Ezek azok az esetek, ami már toxikus, „mérgező” viselkedésnek számított. Az alábbi meghatározásokat és osztályozásokat alakítottuk ki a megfigyelés során és soroltuk ezeket a rossz tényezők közé. AFK: Ha valaki kilépett a játékból. Toxikusság: Mikor valaki sértegette a másik játékost. Ez lehetett durva beszélések tömeg, de olyan kis dolog is, mikor azt mondták, hogy "De rossz vagy!" Negatív hozzáállás: Amikor valaki egy kis dolog miatt fel akarta adni a mérkőzést, akár elég korán. Sima int: Amikor valakit nem érdekelt a csapat, azt csinált, amit akar és általában elég sokszor meghalt. Durva int: Amikor gyakorlatilag a játékos ment az ellenség tornya alá, hogy megölesse magát. Trollkodás: Amikor valaki troll buildet- nem megfelelő tárgyakat épített vagy akár kitiltott olyan hőst, akit valaki el akart hozni.

A kvalitatív kutatásunk alkalmával öt e-sportban tevékenykedő szakember szakértői interjúja során ismertük meg ezen emberek véleményét. Az interjú alanyokat, több szakterület és tudományterület figyelembe vételével választottuk ki és kerestük fel. A szakértők a következő területen dolgoznak az e-sportban: e-sport szakosztályvezető, e-sport társadalomtudomány kutató, hazai vezető e-sport online folyóirat főszerkesztője, hazai e-sport médiavezető tartalom készítője, kommentátora, nemzeti bajnokság műsorvezetője és legmagasabban jegyzett magyar profi e-sportoló. A megkérdezések online történtek előzetesen összeállított kérdéssor alapján. A technika segítségével élő beszélgetések formájában átlagosan 30-40 percet vettek igénybe a szakértői interjúk, és mind a huszonöt nyitott kérdésre válaszoltak nagyobb terjedelemben véleményüket kifejtve. Az interjúk előtt a kérdéssort megkapták és beleegyeztek ezek válaszaik közzétételébe. Vélemények nagy része egyezett, de voltak eltérő válaszok bizonyos kérdésekre, mint, hogy olimpiai sportág legyen-e az e-sport. Kíváncsiak voltunk, hogy a szakértők, akik belülről látják és dolgoznak, az e-sportban, hogyan látják ennek a fejlődését működését. A hazai helyzetről hogyan vélekednek és emellett, a globális helyzetet hogyan lehetne implementálni a belföldi viszonyok között. Ezen kívül tovább tekintettünk a jövő irányába hova fejlődhet az e-sport. A szekunder és primer kutatásokból kapott eredmények szintetizálása során, az egyikünk korábbi e-sport edzői tapasztalatait is fel tudta használni.

EREDMÉNYEK

A magyar e-sportban fordulópontként a 2017-es év tekinthető. Az addig amatőr szinteken működő szerveződések és a közösségi csapatok kérései eljutottak a kormány szintjére is. Ekkor alakult meg az első hivatalos Magyar Nemzeti E-sport Bajnokság keretrendszere egy és többjátékos játékokban, három különböző platformon. Erre az évre tehető, amikor több sportklub is szakosztályt alapított köztük a DEAC. Legnagyobb név, ha visszatekintünk az elmúlt évekre, akkor a Honvéd lett, amely a legsikeresebb e-sport szakosztálynak tekinthető. Több játékban is részt vesznek a nemzeti bajnokságokon sikeresen. Európai szinten a DVSC Fifa Pro Club csapata, amely magyar bajnoki címen felül folyamatosan a legjobb csapatok közt van, és résztvevői a Bajnokok Ligájának. Ezen két csapat is akár megfelelő példaként szolgálhat a DEAC számára a tovább fejlődés érdekében.

Netnográfia elemzés nem résztvevő megfigyelésének eredményei

A netnográfias kutatás során a keresőszavak meghatározása után az internet segítségével nemzetközi színteret vizsgálva kétpólusú világot láthatunk (1. táblázat).

1. táblázat: Nyugat és Kelet e-sport jellemzői saját netnográfiai keretszempontok alapján

Megnevezés	Nyugat	Kelet
Technika	4G hálózat, elmaradott technikai háttér.	5G hálózat, technopoliszok.
Kultúra	Játék, szabadabb időtöltés.	Munkamánia, maximalizmus.
Sikerek	Többnyire versenyfutás, a keleti játéktudás elérése a cél.	Többszörös világbajnokok egyéni és csapat-szinten különböző játékokban
Tőke	Sport klubok szponzorációja kezdetektől, milliárdosok befektései.	Telekommunikációs cégek keretösszeget biztosítanak csapatok számára, többnyire önfenntartás a cél.
Játékfejlesztés	Játékfejlesztők, játékkiadók székhelyei itt találhatóak.	Legsikereőbb játékosok innen származnak, főként ajánlással élnek adott játékot hogyan lehet jobba tenni.
Nyelvezet	Angol	Koreai, Kínai, Maláj

Forrás: Saját szerkesztés

Nyugathoz Európa és az amerikai kontinens tartozik, míg kelethez Ázsia dél-keleti partvidéke, úgymint Dél-Korea, Kína és Tajvan. A két pólus között a következő különbségek figyelhetők meg. Keletnek három különleges ismertető jege van: technikai háttér, kultúra és a sikerek. Technikai háttérén az 5G és a csúcstechnológias informatikai eszközök meglétét értjük, ami előnyöket biztosít számukra a nyugattal szemben. Továbbá keleten a kultúra és a siker kéz a kézben járnak, azaz a keleti társadalomban a játékosok cél orientáltak, munkamániások és a maximalizmus jellemző rájuk, szemben a nyugati játékosokkal. Nyugaton a tőke megléte biztosítja, hogy komolyabb sikerek nélkül hamarabb alapíthatnak e-sport csapatokat. Gyakran előfordul, az az eset, hogy a csapat keres meg játékosokat, és nem fordítva. A játékfejlesztő vállalatok főként nyugatiak, ők diktálják a játékok előrehaladását és a játékokon belüli változtatásokat, amelyek főként a játékosoktól származnak. Fontosnak tartjuk megemlíteni a nyelvhasználatot. Nemzetközi szinten az angol nyelv az elfogadott, amely elősegíti a kommunikációt, és hozzájárul ahhoz, hogy ne alakuljon ki nyelvi diverzifikáció, úgymint a keleti póluson lévő államokban.

Netnográfia elemzés résztvevő megfigyelésének eredményei

A kutatás elvégzéséhez platformként a magyarországi League of Legends Facebook csoportját is használtuk többek között, amely a vizsgált időszakban több mint 72 800 taggal rendelkezett, melyből 5-6 ezer mondható teljesen tevékenynek, azaz legalább heti egyszer reagál valamilyen posztra. Ők tekinthetők masszív irányadónak, amely netno-csoport magatartása és attitűdje jellemző legjobban a vizsgált csoportokra. Demográfiai tényezők alapján a 15-30 életkor közötti korosztály követi és fogyasztja napi szinten valamilyen e-sporthoz köthető tartalmat. A játékot magas szinten játszani tudók és a fizetőképesebb csoportok nagyobb arányban lehetnek jelen. Az e-sporton belül egy játékkal foglalkoztunk tüzetesebben a League of Legends-szel.

Maga a sport definíciója Claus Tiedemann sporttudós szerint: „Egy kulturális tevékenység, mely során az emberek saját akaratukból kapcsolatba lépnek más emberekkel annak érdekében, hogy tudatosan fejlesszék képességeiket, teljesítményüket legfőképp mozgás területén, és hogy összemérjék tudásukat más emberekkel, az adott szabályok keretei között, anélkül, hogy szándékosan sérülést okoznának egymásnak.” (TIEDEMANN, 2004). Ezen gondolatok után az ember sokszor emlékszik vissza a kiemelt mérkőzésekre. Megjegyezzük melyik mérkőzést élveztük és melyiket kevésbé. Sőt a vesztes mérkőzéseket emocionálisan jobban. De van erre bizonyíték,

valamilyen kimutatás, hogy ez tényleg így van-e, hogy egy mérkőzés kimenetele a viselkedésen múlik?

A következők során a résztvevő megfigyelésünk fontosabb eredményeit mutatjuk be. A 100 mérkőzés után 59 olyan eset volt, mikor valamiért 1-est kellett beírni, és értelemszerűen 41 olyan mérkőzés, amikor 0-t kellett feljegyezni. Példaként elmondhatjuk volt olyan játék, amikor egy játékos nem az általa preferált karakterrel játszott és nem tetszését kifejezte a váróban, és már az elejétől nem megfelelő magatartást tanúsított a csapattársai és a győzelem érdekében. Azonban volt olyanra is precedens, amikor mindenki jó hangulatba játszott és a győztes vagy vesztes mérkőzés után gratulált a győztes csapatnak a közös chatben. Ezek alapján elmondható, hogy kicsit több mint minden második mérkőzésen volt valami gond. A meghatározások és osztályozások figyelembe véve az alábbi eredményeket kaptuk. AFK: 9/100 Toxikus-ság: 40/100; Negatív hozzáállás: 28/100; Sima int: 5/100; Durva int: 1/100; Trollkodás: 7/100. Feltétlenül fontos kiemelni, hogy a negatív dolgok 67,8%-a volt, azért mert valaki sértően megnyilvánult, korán feladta vagy simán csak trollkodott. A következő viszont még érdekesebb adat, miszerint azt is lejegyeztük, hogy hányszor nyert az a csapat, akinél volt toxikus, mérgező viselkedés. 28 esetben nyert a toxikus csapat és, 48 esetben veszített a toxikus csapat. Ezek alapján már elmondható, hogy ez a viselkedés a legtöbb esetben nem segíti a győzelmi esélyeket. Ezen minta alapján el lehet mondani, hogy igaznak bizonyult az a feltételezésünk, miszerint a rangsorolt mérkőzések hangulata többnyire toxikus, mérgező. A fenti elemzés nem reprezentatív, hiszen nem fed le minden rangot. Alapvetően maga a minta is viszonylagosan kicsi, viszont ebből így is lehet következtetni, hogy mégis milyen lehet a rangsorolt, kiemelt környezet. Véleményünk szerint ezért sem érdemes kizárólag gazdasági irányokkal foglalkozni az e-sportnál, hanem szervezés-tudományi, magatartás-tudományi, és pszichológiai kutatási irányokat is szükséges vizsgálni és kutatni.

Előzetes eredmények alátámasztása szakértői interjúkkal

Öt személlyel készítettünk szakértői interjút, akik különböző szinteken foglalkoznak az e-sporttal. Betöltött szerepük és motivációjuk elsősorban a közösségi élmény, más világban való alkotás, a kiteljesedés a fő motiváció, segít számukra kiszakadni a szürke hétköznapiokból, ha csak a „játékról” van szó, de az e-sport számukra foglalkozás teljesen mindegy, hogy mely szinten vesznek részt ebben. A válaszadók az e-sport több területéről érkeztek így a válaszaik a munkájukból fakadóan más-más aspektust, feladatkört mutatott be számunkra. Arra a felvetésünkre kerestük a választ, mi az oka a nagyfokú eltérésnek a hazai és a nemzetközi szintér között. Szerintük a szponzoráció és elhivatottság tekintetében kell fejlődnie a magyar szcénának. Tőkeerős támogatók megléte nélkül nem lehet gazdaságilag fenntartani egy ilyen egyesületet, fontos minden részről az eltökéltség az e-sport irányába. Egy profi e-sportoló nagy hibának említette például, hogy a magyar játékosok körében nagy a baráti összetartás, de emiatt megragadnak egy szinten és nem mernek nyitni más nemzetek vagy más játékosok iránt és a fejlődésük megtörik egy adott pontnál. Persze elmondható, hogy szerinte az egyesületnek is ki kell tartania a játékosai mellett, ha hosszú távon, szeretne elérni eredményt. Kíváncsiak voltunk arra, hogy szerintük milyen tudományos kutatásra van szükség a további fejlődéshez. A válaszadók hasonló állásponton voltak, azaz gazdasági, táplálkozási és pszichológiai fejlődés egyaránt szükséges. Mindannyian szeretnék, ha itthon is az e-sport egy elfogadott tudományterület legyen és foglalkozás, mint ez már jó pár nyugati nemzetnél megfigyelhető. Fontos itt megemlítenünk, hogy az e-sport igazi hazája a kelet-ázsiai régió ahol akár a sorkatonaság alól is felmentést nyerhet egy játékos, aki olyan eredményeket ért már el. Többen is megemlítették, hogy az e-sportolók külföldön megbecsült „sportolók” sokszor már sztárként kezelik őket. Sport kontra e-sport tekintetében arra kerestük a választ, hogy az e-sport felnőhet-e valaha a sporthoz. Ezzel kapcsolatban a vélemények 2/3 arányban megoszlottak az interjú alanyok körében. Arra, hogy

az e-sport lehet-e olimpiai sportág mindegyikük igennel felelt, de arra a kérdésre, hogy kísérő vagy szórakoztató sportágként már vegyes válaszokat kaptuk. Azzal érveltek főként a válaszadók, akik az olimpiai sportág mellett tették le voksukat, hogyha a sakk is egy elfogadott sportág, avagy a lövészet, ahol inkább a mentális felkészültség, avagy a kéz szem koordináció fontos, mint inkább a testi adottságok, akkor az e-sport miért nem lehetne-e egy betét szám az Olimpia számai között. Míg aki ellene érvelt már racionálisabban fogalmazta meg ezen kérdést. Van-e szüksége az e-sportnak sporttá válnia? Elmondta, hogy az e-sport már olyan fogyasztói réteggel bír, mely direkt keresi az e-sportot a sport alternatívájaként, és így szerinte, ha a fiatal korosztályt szeretné elérni az Olimpia, akkor igenis van létjogosultsága az e-sportnak, de lehet, hogy már az e-sportnak nincs szüksége ilyen fajta médiára.

KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Pozitívumként elmondható, hogy életünkben napról napra egyre nagyobb szerepet tölt be, és kutatási szempontból is egy érdekes és kiaknázatlan területnek számít az e-sport. Már van egy feltörekvő réteg, akik értenek az e-sporthoz, illetve van egy fogyasztói réteg is az Y és Z generációból, akik keresik ezeket a tartalmakat és szolgáltatásokat. A befektetőket ösztönözni kell, hogy szponzoráljanak e-sport eseményeket, szervezeteket és játékosokat. Negatívumoknál a legfőbb és örök kérdés, hogyan lehet elfogadtatni és véleményt formálni a sport kontra e-sport kérdésben. A sztereotípiákkal rendelkező idősebb réteggel nehezebb elfogadtatni, hogy ez a fajta játék nem tekinthető rossz tevékenységnek. Vélemények egy irányba mutatnak a netnográfiai kutatás és a szakértői interjúk során szerzett tapasztalatokkal. Az e-sport a jövőjét jelentheti számos embernek, mivel munkát és megélhetést biztosít, mint bármely más foglalkozás. Javaslatként megállapítható hogy, az e-sporthoz a rendszerben való gondolkodás elengedhetetlen. Az e-sport gazdasági rendszere kiforrott és példaként használható. Globális viszonylatban már láthatunk példákat, amelyek sikeresen működnek és érdemes lenne azokat hazánkba is megvalósítani. Fontos a személyzet és a játékosok között lévő kölcsönös együttműködés. Elhivatottnak kell lennie a szervezetnek az e-sport iránt és emellett stratégiát és víziót is meg kell fogalmaznia a jövőre tekintve. Az e-sport kutatási szempontból nyitott, nem csak a játékról szól. A játékosok magatartása elhivatottság terén a győzelem iránt a játékon belül magasfokú, míg azon kívül inkább a másik segítése és az e-sport tartalmak fogyasztása a mérvadó. Ezek alapján elmondható, hogy az e-sportnak a jövője már a jelenben is megvan. A pandémiás helyzet sem tudta megakadályozni dinamikus növekedését, sőt az egyik leginkább fejlődő ágazat volt az elmúlt egy évben.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- (1) ANDREJKOVICS Z. (2018): Láthatatlan játék. Magnólia Kiadó, Budapest, pp.17-23. (2) BÁTFAI N. – BECENCZI R. – SZABÓ J. – JESZENSZKY P. – BUDA A. – JÁRMI L. – LOVAS R.B. – PÁLL M.K. – BOGACSOVICS G. – TÓTHNÉ KOVÁCS E. (2018): DEAC-Hackers: játszó hackerek, hackelő játékosok. Információs Társadalom. 18. évf. 1. szám, pp. 132-146. (3) CHALMET, X. (2017): Sponsorship within Esports: Examining the Sponsorship Relationship Quality Constructs. Masters Degree Project: University of Gothenberg. pp. 3-7. (4) SZABELLA O. (2018): Korunk virágzó biznisze? Az e-sport iparág bemutatása. Információs Társadalom. 18. évf. 1. szám, pp. 66-92. (5) SZABADOS GY.N. – BÁCSONÉ BÁBA É. – FRÓNA D. – BÁCS Z. – HELMECZI A. – KULCSÁR G. – RÁTHONYI G. – NAGY A.SZ. – SZABADOS K. – KOVÁCS S. (2021): Az e-sport élre tör. Válogatott tanulmányok a sporttudomány köréből 6. kötet tematikus különszám, pp. 29-40. (6) TIEDEMANN, C. (2004): Sport (and culture of physical motion) for historians, an approach to precise the central term(s). IX. International CESH-Congress, Crotone, Italy, pp. 3-8. (11) GOOD, O. (2012): E-sport Anniversary. <https://kotaku.com/today-is-the-40th-anniversary-of-the-worlds-first-known-5953371> (letöltve: 2020.09.12) (12) PWC (2018): Az e-sport nem játék: Üzleti elemzés Magyarország és a V4-ek e-sport-piacáról. <https://www.pwc.com/hu/hu/kiadvanyok/assets/pdf/esport.pdf> (letöltve: 2020.09.11.)

SZERZŐK:**Jármi László**

Kereskedelem és Marketing BA szakos hallgató
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
laci.jarmi@gmail.com

Dr. Fehér András

adjunktus
Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
e-mail: feher.andras@econ.unideb.hu

A publikáció elkészítését az EFOP-3.6.1-16-2016-00022 számú Debrecen Venture Catapult Program. c. projekt támogatta. A projekt az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg