www.pwc.com/hu

Az e-sport nem játék

Üzleti elemzés Magyarország és a V4-ek e-sport-piacáról

pwc

Bevezetés

03

Piaci áttekintés

E-sport, virtuális sportjátékok, fantázia sport
Az e-sport eredete
Nemzetközi szervezetek, versenyek
Az e-sport Magyarországon

04

Piacelemzés

Szereplők és pénzáramok
Bevételi források az e-sport-piacon

07

A magyarországi és a régiós fogyasztói környezet social listening elemzése

V4 számszaki eredményeinek bemutatása
Központi témák Magyarországon
Cseh és szlovák nyelvű tartalmak
Lengyel tartalmak
Az e-sport megítélése a V4 országokban

13

A hagyományos sportok és az e-sport kapcsolata

A hagyományos sport és az e-sport hasonlóságai
Hagyományos sportklubok az e-sportban
Legyen sport az e-sport?

20

Kihívások

A loot box probléma
Csalások
A fiatalok testi, lelki egészségének megóvása

25

Az e-sport gazdasági és társadalmi hatásai

Gazdasági hatások
Társadalmi hatások

26

Jövőkép az e-sport fejlődésére

29

Bevezetés

Digitalizálódó kultúrában élünk, ami magával hozza, hogy a környezetünkben rengeteg mindent újradefiniálunk, többek között a sportot is. Az e-sport növekedése gyorsabb ütemet diktál, mint bármely más hagyományos sportág vagy akár más iparág a szórakoztatóiparban. Milyen gazdasági struktúra áll a fejlődés mögött? Ki profitál az ágazat növekedéséből? Hogyan tudnak a vállalatok befektetőként vagy szponzorként részt venni? Ezeknek a kérdéseknek járunk utána tanulmányunkban.

Piaci áttekintés

E-sport, virtuális sportjátékok, fantázia sport

A leginkább elfogadott leírás szerint elektronikus sportról, vagyis e-sportról akkor beszélünk, amikor professzionális játékosok szervezetten, versenyszerűen mérik össze képességüket videójátékokban. Fontos hangsúlyozni, hogy ehhez mindhárom kritériumnak teljesülnie kell. Az otthon, hobbiszinten végzett videójátékozás nem minősül e-sportnak.

Az e-sporttal kapcsolatban legtöbbször felmerülő videójátékok a valós idejű stratégia (real-time strategy), a verekedős (fighting), a lövöldözős (first-person shooter – FPS), illetve a többjátékos online csatatéren folytatott játékok (multiplyer online battle arena – MOBA). Népszerűek még a klasszikus sportok videójáték verziói, például a labdarúgás vagy az autóverseny játékok.

Az eNet kutatása szerint Magyarországon a legnépszerűbb, e-sport keretében játszott játékok a Counter Strike: Global Offensive (CS:GO, lövöldözős), a League of Legends (LoL, MOBA) és a Hearthstone (online kártya).

Az e-sporttól élesen megkülönböztetendő a virtuális sport és a fantázia sport. Virtuális sportról akkor beszélünk, amikor a játék kimenetelét számítógépes algoritmusok véletlenszerű kombinációja határozza meg; a játékot az érdeklődők elektronikus felületen történő közvetítések során követhetik. Leggyakrabban előforduló virtuális játékok a foci, a lóverseny, a motorverseny, amelyek kimenetére a szurkolók a hagyományos sportfogadás mintájára fogadásokat köthetnek.

A Fantasy League (fantázia sport) során az érdeklődők maguk alakíthatják ki képzeletbeli csapatukat a valóságban létező játékosokból. A csapat eredménye pedig a fizikai világban létező játékosok valós meccsek során elért eredménye alapján alakul. A legismertebb az NFL Fantasy Football, amire egy egész aliparág szerveződött az Amerikai Egyesült Államokban, fantasy tanácsadókkal és tévéműsorokkal. Fő különbség a virtuális sporthoz képest, hogy a Fantasy League egy társasági szórakozás. Az játékosok külön ligákat hoznak létre a baráti társaságukban és egymás ellen játszanak az egész NFL szezon alatt.

1. ábra
E-sport keretében játszható játékok típusai példákkal

Valós idejű stratégia	Verekedős	Lövöldözős	Többjátékos online csatatéren folytatott játék	Klasszikus sportok	Egyéb - kevert
StarCraft	Street Fighter	CS:GO	DOTA 2	FIFA	Hearthstone
Warcraft	Super Smash Bros.	Overwatch	League of Legends	Rocket League	World of Tanks

Forrás: *PwC Magyarország gyűjtés*

Az e-sport eredete

E-sport tornák már több mint 40 éve is léteztek, az első virtuális összecsapást 1972-ben a Spacewar nevű játékkal játszották. Egy amerikai szórakoztató-elektronikai cég, az Atari szervezésében 1980-ban pedig már több mint 10.000 résztvevővel rendeztek videójáték versenyt. Akkoriban elsősorban a Taito japán fejlesztő által kitalált lövöldözős számítógépes játékot, a Space Invaderst játszották.

Az e-sport a mai valójában a 90-es években született meg. Ekkor váltak adottá a technikai lehetőségei annak, hogy a játékosok ne csak a számítógép, azaz „bot" ellen játszhassanak, hanem közvetlenül egymás ellen is.

Nemzetközi szervezetek, versenyek

Az e-sport komplex struktúrájának megértéséhez összehasonlításul szolgálhatnak a hagyományos sportvilág egyes elemei. A hagyományos sportok világában, az olyan nagy klubok, mint például az FC Barcelona, nem korlátozódnak egyetlen sportág művelésére, hanem egyaránt aktívak a futball, kézilabda vagy kosárlabda területén is. Így van ezzel a csapatok egy része az e-sportban is, akik különböző csapattagokat indítanak különböző játékokon. Jó példa erre a Fnatic Nagy-Britanniából vagy az SK Telecom Dél-Koreából. Más csapatok viszont kizárólag egyetlen játékra koncentrálnak és kizárólag például a League of Legends versenyein vesznek részt.

A futballtól eltérően azonban az e-sport nem rendelkezik világszinten átfogó szervezettel. Ehelyett különböző nemzeti és nemzetközi egyesületek működnek egymással párhuzamosan. A világ legrégebbi és legnagyobb e-sport vállalata az ESL (Electronic Sports League), amely világszerte szervez versenyeket. Központja Köln, tizenegy irodát, valamint több nemzetközi TV stúdiót tart fenn. Másik ismert nemzetközi szervezet a 2008-ban alapított International e-Sports Federation (IeSF), amely jelenleg kb. 50 tagállamot számlál öt kontinensről. Az IeSF 2009-ben bonyolította le az első nem hivatalos világbajnokságot az e-sport területén.

A decentralizált szervezeti forma következménye, hogy sok csapat számos tornán és ligában versenyezhet egyszerre, amelyek rendszerint kieséses rendszerben, egymással párhuzamosan zajlanak. A játékok készítői gyakran szervezőként jelennek meg ezeken az eseményeken. Ez azzal is összefüggésben áll, hogy a kiadóknak szellemi tulajdonhoz fűződő jogaik vannak minden játék esetén, ezért, aki nem kap az adott kiadótól engedélyt, az nem rendezhet versenyt. A nemzetközi e-sport-üzletág egyik legbefolyásosabb szereplője az amerikai játékfejlesztő Riot Games, amely többek között a League of Legends játékot gyártja és felelős a League of Legends Championship Series (LCS) szervezéséért is. A versenytársként megjelenő Valve, aki a Counter-Strike-ot és a Dota 2-t gyártja, szervezi a The International nevű nagy versenyt, ahol legutóbb több mint 24 millió dolláros (6,5 Mrd Ft) nyereményért lehetett játszani.

Az e-sport Magyarországon

Hazánkban 1990 és 1993 között jelent meg első fecskeként az Elektor Kalandor című tévéműsor, ahol a Dévényi Tibi bácsinak betelefonáló játékos az otthoni készülékének nyomógombjaival NES konzolon (Nintendo Entertainment System) játszott Super Mario-t. Ehhez képest a világtrendek hatására ma már nemzeti stratégiai célként szerepel Magyarország felhelyezése az e-sport térképére.

Az Egymillióan a magyar e-sportért (röviden E-sportmilla) mozgalom 2013-ban indult el a lelkes játékosok kezdeményezésének köszönhetően, 2017 óta pedig egyesületként működik. Az Egyesület az iparág fejlesztésére két milliárd forintnyi támogatást kapott. Szintén 2017-ben kezdődött meg a Magyar E-sport Szövetség létrehozása, ami azóta megkezdte a Nemzetközi E-sport Szövetséghez való csatlakozást is.

Biró Balázs György (az E-sport1.hu alapítója, az Egymillióan a magyar e-sportért Egyesület elnöke, a V4 Future Sports Festival főszervezője) a vele készült interjú során elmondta, hogy a szerveződés célja a táradalom e-sporttal kapcsolatos edukációja, lobbitevékenység az e-sport hivatalos sportágként való elfogadásáért, illetve a magyar e-sport szervezeti kereteinek kialakítása. Utóbbit elengedhetetlennek tartja ahhoz, hogy a szponzorok és játékszervezők bizalma erősödjön az e-sporttal szemben, ezáltal pedig elérhesse a benne rejlő potenciált.

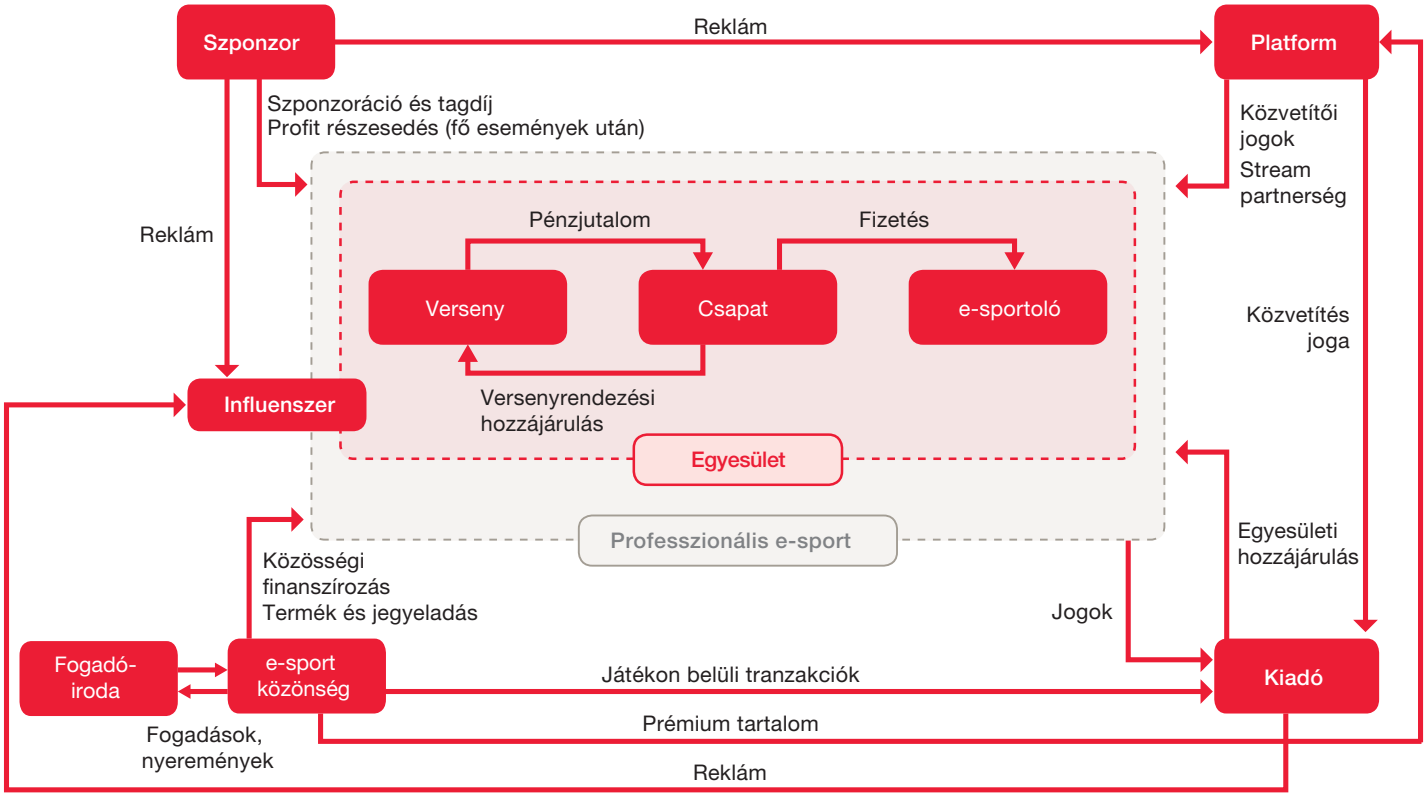
Piacelemzés

Szereplők és pénzáramok

Az e-sport minden szereplőjének megvannak a maga bevételi forrásai. Az ökoszisztéma motorját az e-sportolók, a belőlük szerveződő csapatok, a csapatok megmérettetését biztosító versenyek és a közönség adják. Természetesen magukat a játékokat a kiadók fejlesztik, a versenyszervezés jogát ők értékesítik, ezért az ő szerepük az egész ökoszisztéma számára meghatározó. A tartalmak közvetítésén keresztül (versenyek, streamek, elemzések stb.) az e-sport közönség elérését az ú.n. platformok biztosítják, ilyenek például a Twitch.tv vagy a YouTube.

A további szereplők úgy, mint a szponzorok, az influenszerek – róluk lesz szó később a Szponzoráció és hirdetések fejezetben – és a fogadóirodák az e-sport piac növekedését segítik elő, amely végső soron minden szereplőnek az előnyére válik.

2. ábra
Az e-sport ökoszisztémája



Forrás: *PwC Germany, PwC Magyarország*

3. ábra
Példák a szereplőkre

Fejlesztő/ Kiadó	Szponzor	Platform	Verseny	Influenszer	Csapat	Fogadás
Riot Games, Valve	Gillette, Monster Energy, adidas	twitch, YouTube, twitter	2015 World Championship, The International	Fear, Thorin	G2, ROX Tigers, Unicorns of Love	Pinnacle eSports, betway esports, bet365

Forrás: *PwC Magyarország*

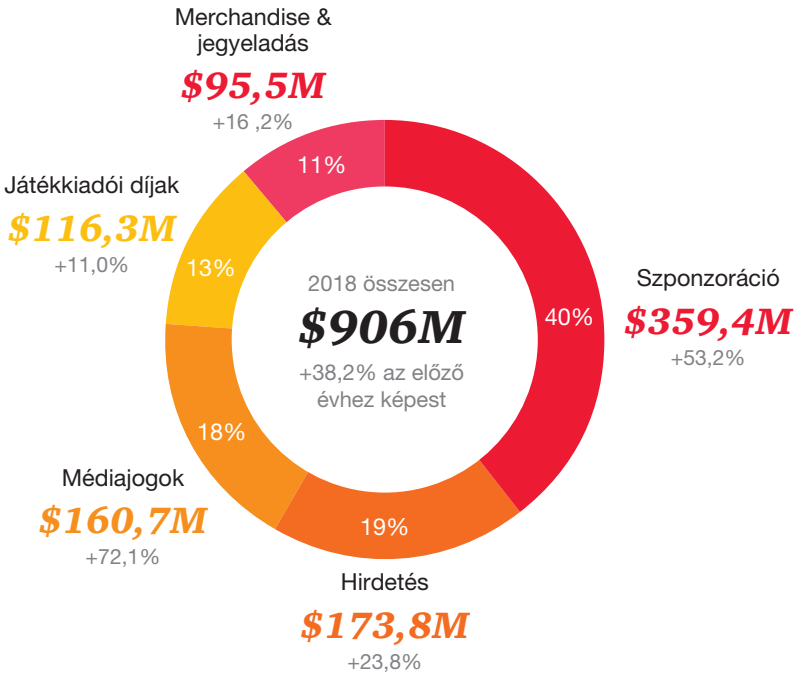
Bevételi források az e-sport-piacon

A Newzoo becslése szerint a márkabefektetések alapján 2017-re az e-sport globálisan 655 millió dolláros (180 Mrd Ft) iparággá nőtt, 2018-ban ez további 38,2%-kal fog növekedni ($906M, 248 Mrd Ft), 2020-ra pedig eléri a 1,5 milliárd dollárt (411 Mrd Ft). A Newzoo a bevételi forrásoknak öt fő kategóriáját azonosította. A szponzoráció és a hirdetések szakítják ki a legnagyobb szeletet, az összbevételek közel 60%-át. Ez után következnek a médiajogok közel 20%-kal, majd a játékkiadói díjak és a merchandise & jegyeladás bevételek közel azonos arányban.

A magyar e-spor-piac egyelőre kicsi, viszont dinamikusan fejlődik. Konkrétan e-sport piacméretre vonatkozó adataink nem állnak rendelkezésre, azonban a hazai videójáték-piac mérete jó közelítést adhat. Ezt az eNet a 2017-es felmérésében 109 millió dollárra (30 Mrd Ft) becsüli Magyarországon. Az összeget az alábbi három kategóriában végzett tranzakciókból kalkulálták: játékon belüli vásárlások, hardverek és játékok vásárlása. 2016-ban ez a szám körülbelül a fele volt a jelenleg becsült értéknek. Ez a növekedési ütem arra enged következtetni, hogy az e-sport nemcsak a szponzoroknak lesz egyre érdekesebb, hanem a befektetőknek is.

A legfontosabb e-sport-piacok továbbra is az Egyesült Államok, Dél-Korea, Kína és Németország. Dél-Koreában, ahol már jóval korábban is nagy népszerűségnek örvendett az e-sport, a közelmúltban kisebb piaci telítettség volt megfigyelhető, így 2015 óta az Egyesült Államok felváltotta Dél-Koreát, mint a világ legnagyobb e-sport-piaca.

4. ábra
Az e-sport globális árbevételének megoszlása 2018-ban



Forrás: *Newzoo*

Szponzoráció és hirdetések

A legfontosabb bevételi forrás – előzetes becslések alapján kb. 359,4 millió dollár (98,5 Mrd Ft) – a szponzoráció, ahol 53,2%-os szegmens növekedés várható. A szponzorok éppúgy támogatják az egyes csapatokat mint a nagyszabású eseményeket, például az ESL One-t vagy a nemrégiben Budapesten bemutatkozó V4 Future Sports Festival-t. A legnagyobb pénzügyi támogatást biztosító cégek közé általában a játékeszközöket forgalmazó vállalatok tartoznak: például az Intel, Asus, Samsung, Alienware, Logitech, NeedforSEAT, Noblechairs, Razor vagy a Nitrado. Magyarországon a Digitális Jólét Program mellett jelenleg a Magyar Telekom szerepel a legfőbb szponzorok között.

> ***„Nálunk a HellRaisers-nél nem engedélyezett a szponzorokkal való személyes kapcsolatfelvétel, kizárólag csapat szintű megegyezés lehetséges. Többek között ezért is streamelek kevesebbet, mert nincs ilyen jellegű elvárás felém. Egyébként főként az USA-ban jellemző, hogy megengedőbbek a csapatok a személyes márkaépítéssel szemben.”***
>
> **Böröcz „DeadFox” Bence,**
> Élvonalbeli CS:GO játékos

A szponzoráció lehetséges irányai

Egyén szponzorálása
Az egyik stratégiai irány, amit látunk kialakulni, hogy a gazdasági szereplők elköteleződnek egy-egy olyan influenszer mellett (kommentátor, játékos, ex-játékos, közösségimédia-híresség), akiben a Z generáció megbízik, így kerülnek közel hozzájuk és maradnak relevánsak számukra.

Csapat szponzorálása
A csapat szponzorálása járhat a legmagasabb kockázattal a szponzor számára, mivel rendkívül dinamikusan változhat a csapatösszetétel, így a nyújtott eredmények is. Egy befutó csapat támogatása azonban az iparág rendkívül gyors növekedési ütemének köszönhetően kiemelkedően magas hozamot jelenthet a szponzoroknak.

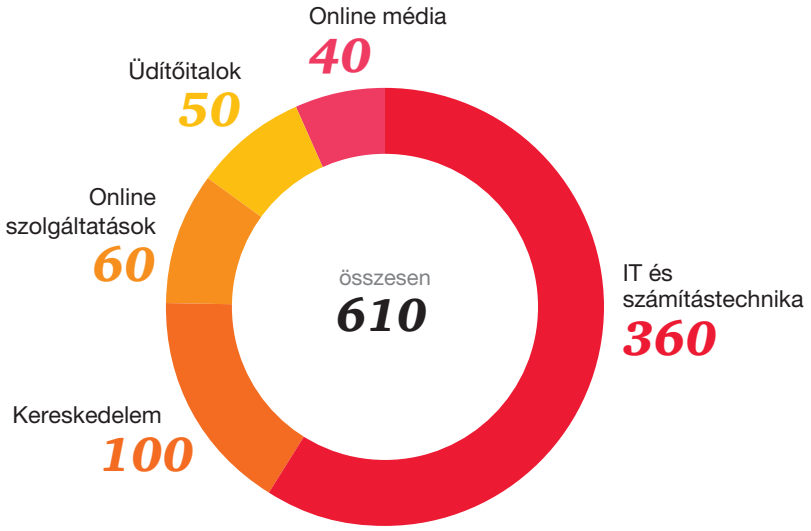
Esemény szponzorálása
Egy-egy esemény szponzorálása biztonságos választás, azonban a költségvonzata is jelentősebb.

Az e-sportot fogyasztók és érdeklődési körük jól körülhatárolható. Az őket célzó brandek marketingtevékenységéhez rendkívül hatékony csatornát jelent az e-sporton keresztüli megjelenés, ami ráadásul nemzetközi közönséget ér el. Pont ez a réteg az, akit hagyományos módszerekkel nagyon nehezen lehet megközelíteni, mivel ők nem néznek tévét és adblockot használnak az egyszerű online hirdetések kiszűrésére. Emiatt a szponzorok között egyre gyakrabban jelennek meg az e-sporthoz közvetlenül nem kapcsolódó márkák. Ezt mutatja az is, hogy 2016-tól 2017 közepéig több mint 600 szponzori megállapodás született, amelyből 100 fölötti számban képviseltetik magukat ilyen, ún. nem-endemikus márkák. A telekommunikációs szektor (Vodafone, T-Mobile, SK Telecom) például potenciális aranybányát lát az e-sportban, de ugyanúgy találunk autóipari, élelmiszeripari, kozmetikai vagy pénzügyi szektorból érkező befektetőket is.

Ezek után nem meglepő, hogy az online streaming során értékesített hirdetési felületekből származó bevételek állnak a második helyen a meghatározó bevételi források között, 2017-ben ez 140,4 millió dollár (38,5 Mrd Ft) volt – az előző évhez képest 23,8%-os növekedéssel, amely jóval meghaladta a hagyományos sportágak ilyen jellegű bevételeit.

Egyes források szerint idén Katowicében az Intel Extreme Masters bajnokságon és expon akár a 27 millió dollárt (7,4 Mrd Ft) is elérhette az értékesített hirdetések összértéke. Az eseménynek hozzávetőlegesen az öt nap alatt összesen 169 ezer látogatója volt a többmilliós online nézőszám mellett, így az expora a nem-endemikus márkák tömegével hozták a termékötleteiket annak érdekében, hogy kiderítsék, milyen módon tudnak jobban kapcsolódni az e-sport-rajongókhoz. A fizikai rendezvények megrendezése tehát fontos építőköve lehet az iparág fejlődésének. Az ilyen nagyszabású események szervezésének azonban feltétele a megfelelő infrastruktúra. Ezért – akár Magyarországon is – a sportlétesítmények és az internethálózat fejlesztése jótékony hatással lehet az iparágra, mivel a jó állapotú és elérhető árú helyszín akár világszintű eseményeket is hazánkba vonzhat.

5. ábra
2016-tól 2017 közepéig kötött szponzorációs megállapodások hozzávetőleges darabszáma iparáganként



Forrás: *Nielsen Market Intelligence*

A Gillette 2017-ben globális partnerséget kötött az ESL-lel annak érdekében, hogy a Katowicében megrendezett Intel Extreme Masters világbajonság szponzora legyen.

A fiatal férfiakat a hagyományos csatornákon egyre nehezebb elérni, ezért az e-sportban tömegével jelenlévő felnövekvő generációt nem hagyhattuk figyelmen kívül. A Gillette belépését az e-sport-piacra komoly felmérés előzte meg, mivel ki kellett lépnünk a jól bevált folyamatainkból. Az e-sportban a kimagaslóan széles nemzetközi elérés miatt már nem releváns az országos vagy régiós megközelítés. Meg kellett értenünk, hogy hogyan gondolkodnak, kommunikálnak az e-sportokat fogyasztók, mi a fontos számukra és milyen márkákra hallgatnak. A relevancia és az alázat fontos volt ahhoz, hogy elfogadjon minket a közösség, mivel a gaming kultúra nagyon zárt. Ezen a terepen aktívan és határozottan kifejezik a közösség tagjai, ha valami nem tetszik nekik. Ebben rejlik a legnagyobb kockázata is a piacra lépésnek: ha valaki rosszul csinálja, akár egy egész generácó számára elvághatja a brandjét. A Gillette egyelőre nagyon pozitív visszajelzéseket kapott, ezért azt mondhatom, hogy jövőben is folytatni fogjuk a területen történő megjelenéseket.”

Papp András
A Gillette márka kommunikációs vezetője
EIMEA régióban a Procter & Gamble-nél

Médiajogok, játékkiadói díjak, merchandise és jegyeladás utáni bevételek

A Newzoo által feltüntetett játékkiadói díjak (2018-ra becsült 116,3 millió dollár, 31,8 Mrd Ft) a kiadók olyan e-sport események szervezésébe fektetett kiadásai, amelyek független partnerekhez, úgynevezett white label szervezőkhöz kerülnek. Ez az összeg nem tartalmazza a kiadók saját szervezésű eseményeinek a díjait.

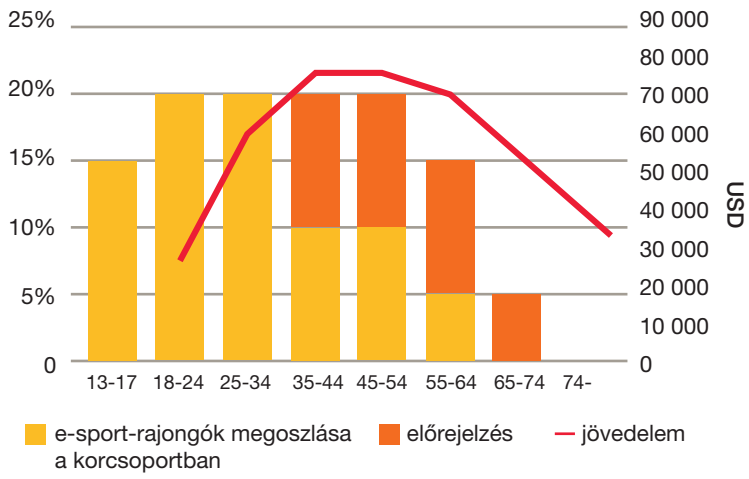
További bevételeket jelentenek a versenyközvetítések médiajogaiból származó összegek, tévében és online egyaránt. A közvetítésben és tartalomgyártásban az online platformok a meghatározóak, ezek közül kiemelkedő a Twitch.tv és a YouTube, de hagyományos tévécsatornák is léteznek, Magyarországon például az Antenna Hungária által létrehozott mindiGO Sport szolgáltatás csomagban találunk egy nemzetközi e-sport tévécsatornát.

A hagyományos sportágakhoz hasonlóan már az e-sport is kínál olyan árucikkeket mint a ruházat és a különböző számítógépes kiegészítők. Ezekkel a merchandise termékek és a jegyeladások utáni bevételek 2018-ban összesen várhatóan a 95,5 millió dollárt is elérik majd.

Az e-sport-rajongók költése egyébként jelenleg jelentősen alatta marad a többi sport rajongóinak költéseihez képest.

Összehasonlításképpen: míg egy átlagos e-sport-rajongó 2017-ben e-sportra fordított kiadása az Egyesült Államokban 3,6 dollár (1000 Ft) volt, addig az összes sportot figyelembe véve ez az összeg 54 dollár (14.800 Ft). Ha az összes sportot figyelembe vesszük, az átlagos költés évente 54 dollár volt. Feltételezzük, hogy az e-sport-rajongók költései az évek során egyre feljebb fognak kúszni, csakúgy mint ahogyan azt a hagyományos sportok esetében tették. Ennek egyik oka lehet, hogy érettségében továbblép a piac, már több szponzor találja meg a közös hangot a jelentősen nagyobb számú fogyasztókkal. Illetve, hogy a most fiatalkorú vagy pályakezdő közönség feltehetően meg fogja őrizni az e-sporthoz való kapcsolatát akkor is, amikor már nagyobb vásárlóerővel fog bírni.

6. ábra
Hosszú távon a digitális bennszülöttek megőrzik az e-sport iránti érdeklődésüket, míg a jövedelmük folyamatosan növekszik



Forrás: *PwC, Statista, Newzoo*

Az e-sporttal kapcsolatos szerencsejáték-ipar bevételei

A Newzoo becslése nem tartalmazza az e-sporttal kapcsolatos szerencsejátékok utáni bevételeket, ezeket a Statista előrejelzései alapján mutatjuk be.

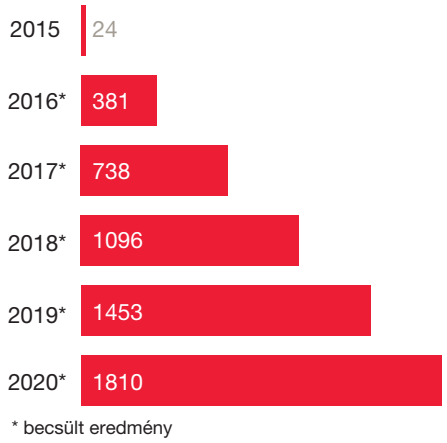
A Statista előrejelzése szerint a globális e-sport szerencsejáték bevétel 24 millió dollárról (2015; 6,5 Mrd Ft) 1,8 millárd dollárra (493 Mrd Ft) nőhet 2020-ra. A fogadási piac várható növekedésének egyik fő oka, hogy maga az e-sport piaca is nő. Egyre nagyobb a rajongói tábor, illetve egyre több professzionális eseményt szerveznek. A legnagyobb kihívást a szabályozás körüli bizonytalanság jelenti, amit a *Kihívások* című fejezetben tárgyalunk.

A szerencsejátékok az e-sportban általában valódi pénzzel, virtuális valutával vagy virtuális árukkal (mint értéket képviselő elemekkel) játszhatók. Az egyik legnépszerűbb a szerencsejáték fajta a fogadás kötése e-sport-események kimenetelére. Ez a típus gyakorlatilag ugyanúgy működik, mint a hagyományos sportfogadások.

Ezen kívül a hagyományos sportfogadáson az e-sport (digitalis mivoltából fakadóan) számos különleges szerencsejáték típust hozott létre. A legnagyobb forgalmat az alábbi típusú játékok bonyolítják:

- ***„Skin betting”:*** Játékokban elérhető „skin”-eket, azaz virtuális kozmetikai elemeket (pl. egy díszes sisak vagy egy arany kalasnyikov) használnak virtuális valutaként. Azokkal kötnek a mérkőzések eredményére fogadásokat. A „skin”-ek később akár valódi pénzzé is válthatóak.
- ***„Social betting”:*** Akár valódi pénzzel, akár virtuális valutával csoportosan kötnek fogadást, ezáltal a csoport tagjai több eseményre tudnak fogadni, illetve nagyobb összeggel, mintha egyénileg fogadtak volna.
- ***Fantázia-fogadások (fantasy betting):*** A hagyományos sportokhoz kapcsolódó fantázia ligák e-sport változata: a játékosok maguk alakíthatják ki képzeletbeli e-sport-csapatukat valóságban létező játékosokból.
- ***Kihívásos fogadások (challenge betting):*** A játékosok versenyt rendeznek egymás között, amibe bárki nevezési díj ellenében szállhat be. A verseny a játékosoktól begyűjtött összegért folyik.

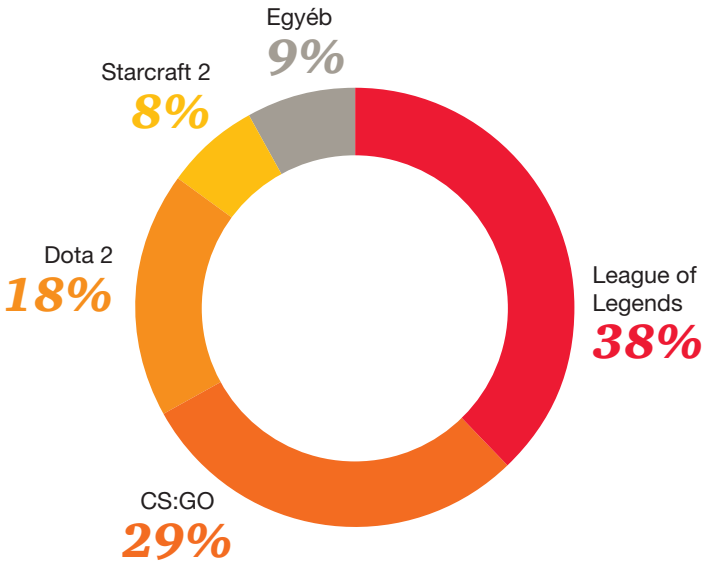
7. ábra
E-sportfogadási-piac bevétele világszerte (millió dollár)



A teljes európai fogadási piac bevétele jelenleg körülbelül 185 000 millió dollár.

Forrás: *PwC, Statista, Naurus Advisors*

8. ábra
E-sportfogadási-volumen sportok szerint (2016)



A magyarországi és a régiós fogyasztói környezet social listening elemzése

A gyors nemzetközi terjeszkedés miatt a Newzoo számításai szerint az amerikai 21 és 35 év közötti férfiak körében az e-sport ugyanolyan népszerű, mint a jégkorong vagy a baseball (22%-uk nézi). A globális nézőszám idén már elérheti a 380 millió főt! Az eNet kutatása szerint Magyarországon az e-sportoknak 2016-ban több mint 223 000 egyedi nézője volt. Ez a szám 2017 végére 420 000 főre nőtt.

A hagyományos kutatásokat kiegészítendő a PwC Magyarország elvégezte az e-sport téma vizsgálatát social listening módszertannal is. Az elemzés célja, hogy az „online térben" (közösségimédia-oldalakon, hírportálokon, fórumokon, blogokon stb.) elérhető hatalmas mennyiségű kvalitatív és kvantitatív adatok alapján egy új, eltérő nézőpontból tudjuk bemutatni az e-sportokkal szembeni felhasználói attitűdöket, az érdeklődést kiváltó impulzusokat, eseményeket, anomáliákat.

Kutatásunk kiterjedt az elmúlt fél évben a négy visegrádi országban megjelenő, e-sportok körül kialakult online diskurzus vizsgálatára, melynek keretében mélyebben elemeztük a témában kiemelkedő érdeklődést generáló híreket, bejegyzéseket, fókusztémákat és véleményvezéreket, illetve a tartalmi és számszaki adatok különböző dimenziók mentén értelmezhető eloszlásait. A vizsgálat kiterjed továbbá a felhasználók által generált tartalmak átfogó érzelmi töltöttségének elemzésére is.

Az elemzés során a 2017. szeptember 1. és 2018. március 20. közötti időszakban keletkezett tartalmakat vizsgáltuk, a magyar, lengyel, illetve a cseh és szlovák piacokon (a cseh és szlovák tartalmakat a két nyelv közötti hasonlóságok és az alacsonyabb számú találat miatt együtt vizsgáltuk).

A **PwC Global Media Outlook** felmérése szerint az e-sport iránt érdeklődő csoport (akár nézőként, akár játékosként)

Social listening alapfogalmak

Említés: egyedi közösségimédia-bejegyzés vagy internetes hír, komment, fórum topik, egyéb tartalom, melyben megjelenik a vizsgált téma valamely kulcsszava; továbbá minden olyan bejegyzés/komment, amely egy témában releváns tartalomhoz kapcsolódik.

Elérés: a vizsgált említések által generált egyedi megtekintések száma. (Jelen elemzésben nem az egyedi felhasználók számát jelöli!)

V4 számszaki eredményeinek bemutatása

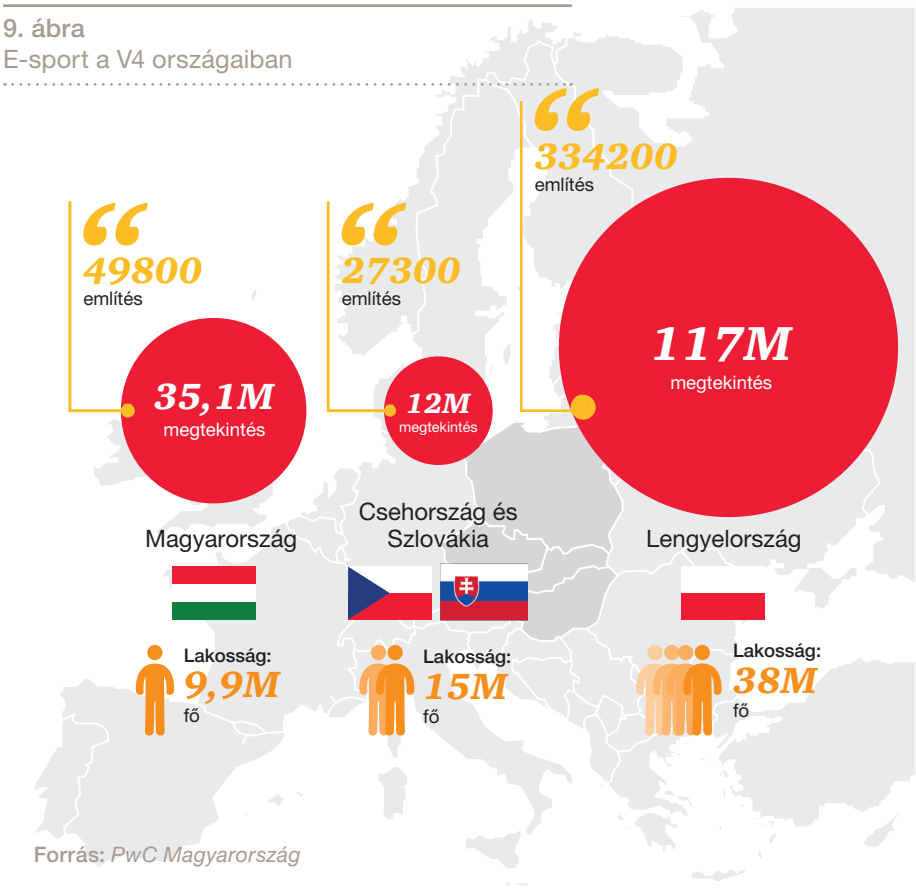
Említések, elérések

Az alábbi ábra bemutatja a social listening kutatásunk számszaki eredményeit, az e-sport témakör ismertségét a vizsgált visegrádi államokban.

Amint az a grafikonról is jól leolvasható, az egyes országokban – az eltérő lakosság számot is figyelembe véve – különböző az e-sport téma ismertsége és népszerűsége. Lengyelországban a magas felhasználói bázist és az ebből adódó jelentős említési és elérési számokat a magas lakosság indokolja első sorban, azonban a többi vizsgált nyelvterületez képest is kiemelkedően aktívak az e-sport iránt érdeklődő felhasználók, akár az abszolút, akár a hozzávetőleges értékeket nézzük. A kutatásunk alapján a magyar felhasználók aktivitása is jelentősen magasabb, mint a cseh és szlovák kommentelőké.

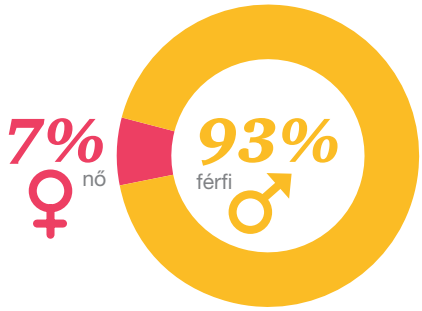
A magyar nyelvű online felületeken összesen közel 50 ezer említés született, amely 35 millió megtekintést generált. A cseh és szlovák tartalmak valamelyest elmaradtak ettől, 27,3 ezer említés és 12 millió körüli megtekintést mértünk. A lengyel piac messze meghaladja a fenti számokat, 334 ezernél is több említés született a vizsgált időszakban, mely 117 millió megtekintést generált.

9. ábra
E-sport a V4 országaiban



Forrás: *PwC Magyarország*

10. ábra
E-sport témában kommentelők nemek szerinti megoszlása



Forrás: *PwC Magyarország*

Férfias játékok

A témával foglalkozó több tanulmány is kitér arra, hogy az e-sportok általánosságban a férfi felhasználókat foglalkoztatják, legtöbb elemzés 70-80% közé teszi az arányukat. A social listening kutatásunk alátámasztja a téma férfi dominanciáját, sőt az említések nem szerinti megoszlásából arra lehet következtetni, hogy nem csak több férfi érdeklődik az e-sportokért, de az online diskurzusban sokkal aktívabban vesznek részt, mint a női felhasználók a teljes V4-es régióban.

Központi témák Magyarországon

A magyarok igazi mindenevők

A magyar játékosok online diskurzusaiból kirajzolódó szófelhőből látható, melyek voltak a legkedveltebb játékok az elmúlt félévben.

A CS:GO hazánkban a legnépszerűbb játék, az összes vizsgált említésből 2000-ben szerepelt a Counter Strike jelenlegi verziója.

További vezető játékcímek:
- LoL (1729 említés),
- Overwatch (1275),
- Hearthstone (1075),
- PUBG - PlayerUnknown's Battlegrounds (1050).

A magyar felhasználók sokkal nyitottabbak a különböző, színesebb zsánerű játékok iránt, mint a cseh és szlovák, és különösen a lengyel felhasználók, ugyanis ahogy arra a későbbiekben kitérünk, azokon a nyelvterületeken a CS:GO népszerűsége szinte teljesen elnyomja a többi játékét.

Fontos azonban megfigyelni, hogy a FIFA mint sportjáték, illetve a mobilkészüléken húzócímnek számító játékok (pl.: Clash Royale) sem jelennek meg a szófelhőben, alacsonyabb az irántuk tanúsított érdeklődés.

A felhőben szereplő további szavak remekül bemutatják az e-sportok hagyományos sportokhoz hasonlatos oldalát. Ezek a „csapat", „játékos", „verseny" vagy a „bajnokság".

Photo by Maxime Rossignol on Unsplash

E-sportok vidéken

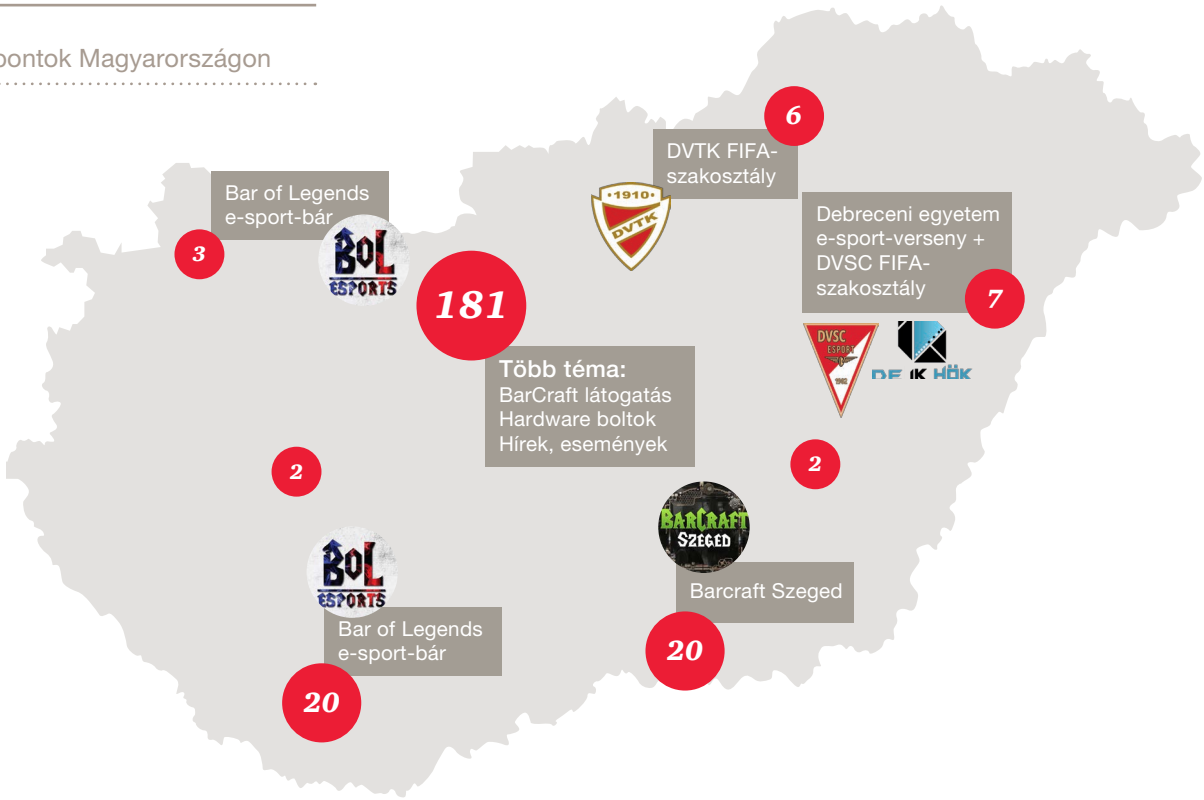
Az említések földrajzi eloszlását vizsgálva látjuk, hogy hazánkban Budapesten keletkezett a geolokációval ellátott tartalmak közel 75%-a. A fővárosban természetesen több olyan esemény és helyszín kapott helyet, amelyek kifejezetten e-sporttal foglalkoznak. Ezekre példa a több e-sport-bár, e-sportot promotáló hardware és periféria üzlet, de az e-sport-kötődésű versenyek és események is jórészt Budapesten kapnak helyet.

Érdekes jelenség, hogy a témával kapcsolatos említéseket vidékre a különböző tematikus bárok/kávézók „exportálják". Pécsett, Győrben és Szegeden a budapesti sportbárokhoz hasonló létesítmények nyíltak, amelyek lehetővé teszik az e-sport ilyen formában történő gyakorlását.

A témával kapcsolatos jelentősebb említési központ Debrecen, ahol a helyi egyetem informatikai kara elsőként az országban megrendezett egy egyetemek közötti e-sport-bajnokságot, illetve a DVSC futball klub FIFA e-sport-szakosztálya is posztolt a városból.

Hasonló a helyzet Miskolcon, ahol a DVTK klub hasonló csapatának megalakulásával kapcsolatban keletkezett több bejegyzés.

11. ábra
E-sport-központok Magyarországon



Forrás: *PwC Magyarország*

Cseh és szlovák nyelvű tartalmak

Extatus, a cseh-szlovák „kirakat csapat”

A magyar tartalmak esetében megfigyelhető volt, hogy az említések sok különböző témában születtek, nem volt egy központi, hangsúlyos játék, hír vagy esemény, amellyel kapcsolatban különösen sok bejegyzés keletkezett volna.

A cseh és szlovák elemzés során a fentiekkel ellentétben megfigyelhető volt, hogy az Extatus nemzetközi (cseh-szlovák vegyes) csapata mindig kiemelt figyelmet kapott a felhasználóktól. Nemcsak maga a formáció, de az Extatus-hoz kapcsolódó hírek is populárisak voltak, így a jelentősebb nemzetközi versenyek, a csapat első számú játékának számító CS:GO fejlemények, trendek, illetve sok professzionális e-sporttal foglalkozó oldal bejelentései.

Ez a jelenség jól mutatja, mennyire fontos és előnyös, ha egy nemzetnek van egy „saját” világszinten is sikeres, elismert e-sport-csapata (később látni fogjuk, hogy a lengyel piac esetén ez hatványozottan igaz).

Példa egy webshop nyereményjátékra (Forrás: *Instagram*)

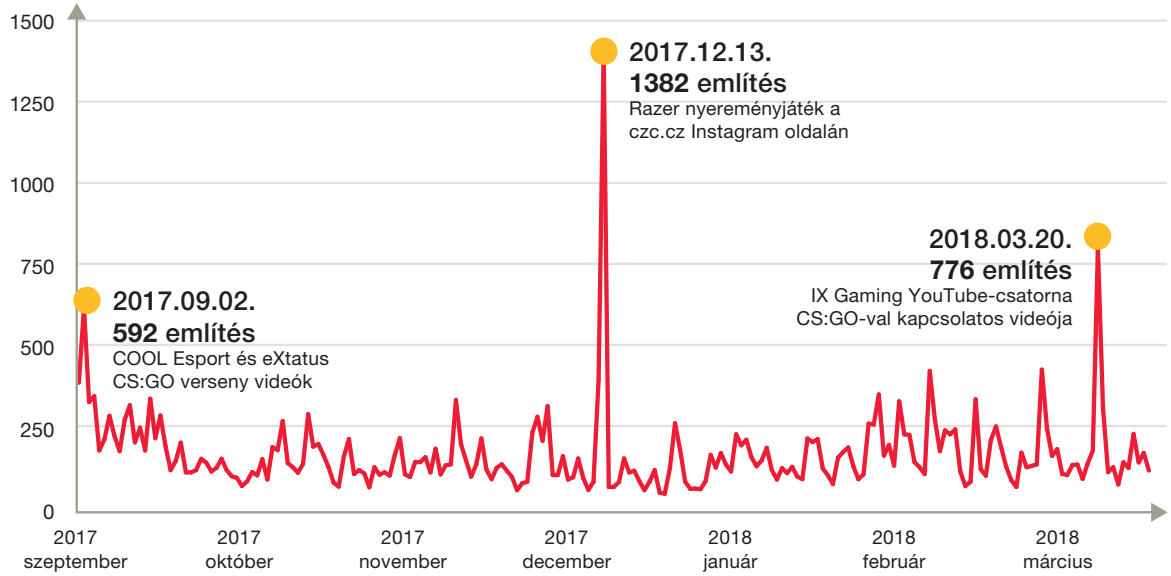
E-sport, új marketing-csatorna a periféria gyártóknak

A social listening idősoros trendvizsgálatai közül kiemeltük a cseh és szlovák nyelvű elemzés eredményeit, amely bemutatja, mennyire jelentős hirdetési csatornává vált a gamer perifériákat gyártó és forgalmazó vállalatok számára az e-sport-szcéna.

A czc.cz nevű hardware-t és gamer perifériákat árusító cseh webshop több alkalommal is nyereményjátékot hirdetett közösségimedia-követők számára, melyekben profi e-sportolók által is használt eszközöket lehetett nyerni.

A teljes vizsgált időszak során – ahogy azt az alábbi grafikon is mutatja – a legnagyobb felhasználói aktivitást egy ilyen nyereményjáték váltotta ki, jelentősen megelőzve az összes többi e-sporttal kapcsolatos bejegyzést.

12. ábra
Felhasználói aktivitás a közösségi médiában



Forrás: *PwC Magyarország*

Lengyel tartalmak

Lengyelország, az e-sport közép-európai fellegvára

A bevezető, számszaki adatok már rávilágítottak, hogy Lengyelországban az e-sportok nagyobb népszerűségnek örvendenek, mint a vizsgálatban részt vevő többi országban. Az online említések mélyebb tartalmi elemzése során azonban az is kiderült, hogy nemcsak a mennyiségi adatok képviselnek más nagyságrendet, hanem a lengyel piac e-sport érettsége is előrébb jár, mint a többi V4-es országé.

Lengyelországnak egy világszinten is nagy sikereket elért CS:GO csapata van, a Virtus.pro, amelynek tagjai igazi sztárok otthonukban. A játékosok közül Wiktor „TAZ" Wojtas a legnépszerűbb játékos, neve – valószínűleg az éppen aktuális átigazolása miatt – a témában egyik leggyakrabban megjelenő szó. Meccsei után, a legapróbb részletekig kielemzik a teljesítményét, akár múltbeli mérkőzésekkel összehasonlítva.

Az, hogy Lengyelországban jelen van egy ilyen sikeres csapat, kedvező hatással volt a teljes e-sport környezetre, nemcsak a rajongók száma növekedett meg jelentősen az utóbbi években, de egyre több profi csapat is megjelent az országban, akik szintén nagyobb követői bázist tudtak kiépíteni (pl.: AGO, CS:GO alakulat, Team kinguin).

A lengyel piac érettségét az is alátámasztja, hogy nagyon sikeresek lettek egyes YouTube-csatornák, melyek e-sport-meccs elemzéseket, verseny összefoglalókat készítenek. Ezek a videók igen mély, szakmai, hagyományos sportelemzéseket idéző összefoglalók, melyekhez a felhasználók is érezhetően komolyan állnak hozzá, szakmai diskurzust folytatnak a videók kapcsán. Ilyen e-sport-csatornák a Rito E-sport vagy a DD E-sport.

A lengyel tartalmak kapcsán megfigyelhető volt, hogy a CS:GO mint e-sport-szám erősen dominálja a többi címet, melynek egyik oka többek között, hogy a legsikeresebb lengyel csapatok mind ebben a játékban indulnak.

A Boniek „botrány"

Zbigniew Boniek– a valaha élt egyik leghíresebb és legsikeresebb, mára visszavonult lengyel labdarúgó –, a vizsgálati időszak során több alkalommal is tweet-elt az e-sporttal kapcsolatban, „az e-sport, nem sport" álláspontot képviselve.

Az összes ilyen megszólalása felkapottá vált a lengyel e-sport világában, szinte az összes jelentősebb e-sporttal foglalkozó oldal megosztotta a hírt, és ellenvéleményt fogalmazott meg Boniekével szemben.

Az eset után nem sokkal a fent említett TAZ is megosztott egy rajongói írást, amelyben azt fejtették ki, hogy a profi gamerek mára olyan hírességek, akik egy mozdulattal tömegeket tudnak mozgatni, tízezrek rajonganak értük, illetve sok fiatal példaképei, így igenis megérdemlik az elismerést. TAZ nem említette közvetlenül Boniek-et a bejegyzésében, de az írások közötti kapcsolat felfedezhető. A poszt természetesen nagyon felkapottá vált, nagy sikert aratott a játékosok között.

„Egy nagy lufi az e-sport, értem, hogy sok pénz van benne, de az egész egy vicc. Órákon keresztül ülni és joystickkel harcolni?"

Forrás: *Twitter*

Zbigniew Boniek
@BoniekZibi

Boguś bez jaj,e-sport to jest i będzie duża kasa,ale to także świadectwo pewnej patologii.Siedzieć godzinami i walić w joystick?

9:34 AM - 2 Jan 2018

Az e-sport megítélése a V4 országokban

A social listening módszertan egyik nagy előnye, hogy az algoritmus képes mérni az egyes említések érzületi töltetét, képes meghatározni, hogy egy adott felhasználói vélemény, megnyilvánulás vagy komment pozitív, negatív vagy semleges hangvételű.

Az alábbi fejezetben megvizsgáljuk, mely tartalmak, témák kapcsán alakultak ki az elsősorban fontosabb érzületi kulcspontok.

A lengyel, illetve cseh és szlovák felhasználók nagyon pozitívan vélekednek a témával kapcsolatban megjelenő tartalmakról. A magyar felhasználók általános érzülete jelentősen negatívabb, mint a többi V4 országé, azonban kijelenthető, hogy összességében az érzületi megoszlás a hazai eredmények esetében is kedvező.

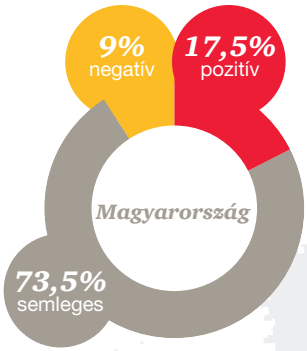
Megjegyzés
A PwC Magyarország eddigi social listening kutatásai alapján megállapítható, hogy a semleges említések száma az ilyen jellegű kutatások esetén általánosan azért jelentősen magas, mivel az online platformokon nagy az irányítatlan beszélgetések aránya. Fontos továbbá kiemelni, hogy eddigi kutatásink alapján a 15% fölötti pozitív, illetve a 10% alatti negatív említési arány már kifjezetten támogató felhasználói hozzáállást mutat.

A pozitív tartalmakat nehéz megítélni, mert a témával foglalkozó felhasználók szinte mindennek örülnek, ami megjelenik a hobbijukkal kapcsolatban. Ha valaki lefényképez egy játékost egy versenyen, vagy ha cikk jelenik meg a gamerek világáról, igen nagy lelkesedést mutatnak a kommentelők.

A semleges tartalmak kapcsán elmondható, hogy összeségében nagyon sok egyedi témában születtek semleges említések az online diskurzusok kötetlen jellege miatt.

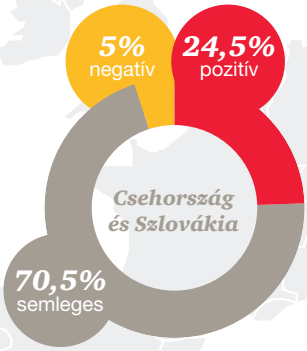
Továbbá az a jelenség is gyakori, hogy egyes bejegyzések alatt kommunikáló felhasználók eltérnek a témától.

Az online térben vizsgált említésekre sok esetben igaz, hogy az alacsony információtartalma miatt alacsony elemzési potenciállal rendelkezik, ezért semleges kategóriába kerül. (Pl.: képek, egyes smiley-k, rövidítések, szlengek stb.)



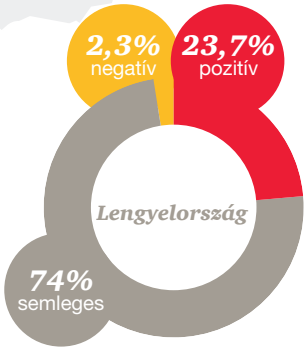
A magyar felhasználók pozitív említései esetében nem volt egyetlen kiemelkedő téma sem, amely köré csoportosult volna nagyobb súlyú pozitív érzületi csúcs, de általában, minden kisebb-nagyobb magyar e-sport-sikernek, hírnek örültek.

Az e-sport-játékokban megjelenő nagyszámú csalás miatt elégedetlenség volt megfigyelhető (CS:GO, PUBG különösen érintettek).



IEM Katowice olyannyira jelentős nemzetközi gamer esemény volt, hogy a cseh és szlovák online médiában is egy nagyobb pozitív említési ponttá vált. Rengeteg videó, verseny összefoglaló, elemzés és beszámoló született a bajnokságról, különös tekintettel az azon szereplő cseh csapatokról.

Nem volt egy, általánosan kiemelkedő topik, azonban volt egy profi cseh e-sportoló (Aleš Kněžínek), akivel kapcsolatban rengeteg negatív érzületű említés érkezett.



Ha a Virtus.pro, AGO vagy bármely lengyel csapat részt vett egy versenyen, még ha komolyabb siker nélkül is távozott, minden esetben nagy felhasználói elismerést és pozitív említés- hullámot generált.
A kedveltebb YouTube-csatornák minden esemény kapcsán részletes videóösszefoglalókat tettek közzé.

A negatív tartalmú említések nagy részben a gamerek életvitelét kritizálták, kiemelve azt, hogy rossz példát mutatnak a gyerekeknek, akik azt hihetik, hogy milliókat lehet keresni azzal, hogy otthon ülnek egy elfüggönyözött szobában és „játszanak”. Egyes kommentelők felháborodtak azon, hogy a profi gamerek úgy nyilatkoznak magukról, hogy ők „hasznos tagjai a társadalomnak”.

Forrás: *PwC Magyarország*

A hagyományos sportok és az e-sport kapcsolata

A hagyományos sport és az e-sport hasonlóságai

Ha definíció szerint, tudományosan vizsgáljuk, akkor az elektronikus sportokban az állóképesség, a stratégiai megértés vagy a reakcióidő ugyanolyan fontosak, mint a hagyományos sportágakban. Így tehát, ahogyan a sakk, a darts és a póker is sport, úgy az e-sport is szellemi sportnak tekinthető.

Az e-sport átvesz a hagyományos sportból számos olyan tényezőt, ami a sportként való számontartását erősíti.

- ***Fiziológia (testi teljesítőképesség):*** Az átfogó edzés szinte ugyanannyira fontos, mint a klasszikus sportok esetében, ezért a profi csapatok fizikai edzéstervet is beépítettek a programjukba. Egy e-sportoló akár 400 leütést vagy egérrel való manőverezést is végezhet percenként, ami négyszerese egy átlagos számítógép-felhasználó akciószámának.
- ***Pszichológia (mentális teljesítőképesség):*** A motorikus képességek mellett magas szintű stratégiai gondolkodásmódra, helyzetfelismerésre és villámgyors döntéshozatali képességre van szükség, mindezt általában csapatmunka keretei között.
- ***Struktúra és versenyrendszer (szervezeti felépítés):*** Különböző csapatok ligákban játszanak egymás ellen, ahol szintén vannak régiós és világszintű bajnokságok is. A mérkőzéseket több tízezer, esetenként több millió néző követi, azok tisztaságát bíró felügyeli.
- ***Közösség (intézményi hovatartozás):*** A többi sporthoz hasonlóan az e-sport esetében is minden csapatnak megvan a maga szurkolói bázisa, valamint ugyanúgy vannak bárok, ahol kifejezetten e-sport-mérkőzésket közvetítenek.
- ***Média (sport megjelenése a médiában):*** A bajnokságok vagy játékosok ugyanúgy generálnak megjelenéseket a médiában, jellemzően persze más platformokon keresztül, mint a hagyományos sportok.
- ***Technológia (felszerelések és ruházat továbbfejlesztése):*** A játékosok eszközeinek minősége nagyon fontos, olyan ez mint a Forma-1: nemcsak pilóta, hanem autó is kell. A megfelelő szék például ugyanúgy fontos az Overwatch vagy Dota 2 sztárjátékosoknak, mint Roger Federernek a teniszütője vagy Lionel Messinek a cipője.

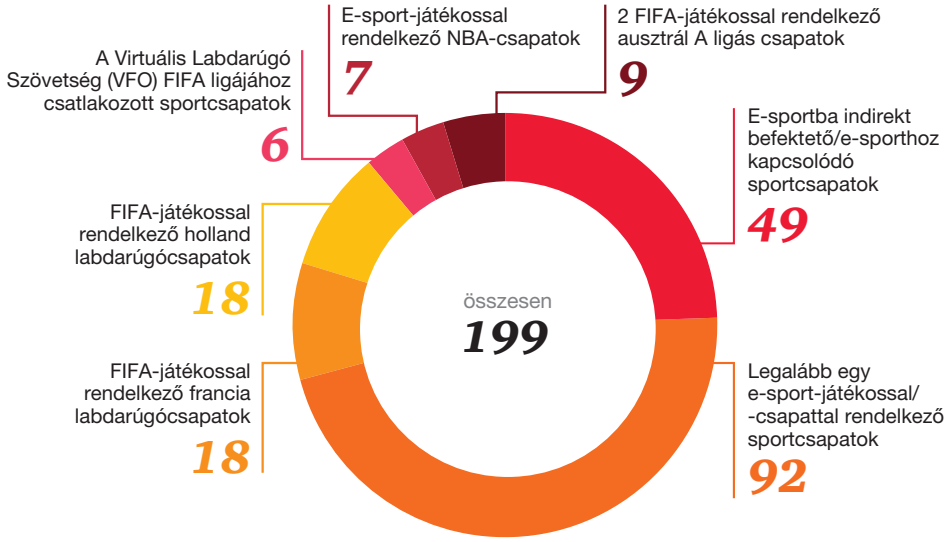
Photo by Dominik Kuhn on Unsplash

Hagyományos sportklubok az e-sportban

Azoknak a hagyományos sportokat űző csapatoknak a száma, akik közvetlenül vagy közvetve érdekeltek az e-sportban, a játékosok kiemelkedő teljesítményében vagy csapatok szponzorálásában, már meghaladja a 200-at és számuk rendkívül gyorsan növekszik. Idén februárban az FC Barcelona bejelentette, hogy részt vesz az első alkalommal megrendezett Pro Evolution Soccer 2018 nevű játék bajnokságán. Ezek után nem meglepetés, hogy a kisebb klubok is lépnek ebbe az irányba.

A nemzetközi nagyokat követve itthon is megvetette lábát a trend, hogy hagyományos sportegyesületek e-sport szakosztályt hoznak létre; a hazai úttörők az MTK, a DVTK és a Honvéd, de a DVSC is komoly FIFA szakosztállyal rendelkezik, legutóbb pedig az FTC és az UTE is indított e-sport szakosztályt.

13. ábra
Sportcsapatok, akik az e-sportba fektettek vagy játékosokon/csapatokon keresztül direkt érdekeltek



Forrás: *Reddit.com*

Példák e-sport szakosztállyal rendelkező sportegyesületekre

Az MTK E-sport Szakosztály létrehozásának ötlete egy baráti beszélgetés során fogalmazódott meg. A kezdeti ötlet aztán némi tervezés után öltött testet és tavaly szeptemberben leszerződtettük az ország legjobb FIFA játékosait, majd pilot jelleggel elindítottuk a pro-clubs FIFA-csapatunkat (pro-clubs játékmódban minden karaktert más játékos irányít). A kezdés olyan jól sikerült, hogy tavaly a hazai pro-clubs bajnokságon második helyezést értünk el. A sikeren felbuzdulva úgy döntöttünk, hogy az 1v1 játékba is belevágunk, ezzel május elején mutatkozunk be (1v1 játékmódban egyetlen játékos irányítja a teljes, 11 fős csapatot). A FIFA melletti döntést az motiválta, hogy olyan játék online változatát szerettük volna behozni, amit a hagyományos sport rajongók is ismernek és szeretnek. Reméljük, hogy nálunk is érvényesül majd a tengerentúli modell és sikerül a hagyományos fociból kieső fiatal szurkolókat az e-sport révén visszaszerezni. Emellett célunk a média megnyerése is, az MTK több csatornával egyeztet az e-sport mérkőzések közvetítésével kapcsolatban.

A hazai mellett szeretnénk nemzetközi sikereket is elérni. Tervünk, hogy a stadionunkban, egy rendezvényszervező céggel együttműködve, már idén bajnokságot rendezzünk. Jövőre pedig várhatóan kibővítjük a portfóliónkat egy további játékkal. Hogy ez pontosan melyik játék lesz, még nem dőlt el, mert sok a mérlegelendő tényező, nem szeretnénk megosztó, nehezen követhető vagy erőszakosnak ítélt játékkal a közönség elé állni. Egyébként nem kizárólag a klasszikus e-sport-rajongónak tekintett 15-25 éves korosztályra, hanem a 40 felettiekre is célzunk. Saját példámból tudom, hogy milyen izgalmas azt látni, hogyan fejlődött tovább a játék, amit fiatalabb koromban magam is játszottam.

Üzleti szempontból eddig nincs jelentős bevétele a szakosztálynak, viszont a közelmúltban létrejött egy szponzorációs szerződés egy hazai IT-céggel, amit remélhetőleg a csapat fejlődésével újabb szponzorok fognak követni. Jelenleg is van például egy pénzintézet, aki komoly érdeklődést mutat a csapat iránt.

Sokszor felmerül a kérdés, hogy szükséges-e az e-sportot a hagyományos sportok keretei közé terelni. Én több szakértővel egyetértésben azt gondolom, hogy nem feltétlenül. Véleményem szerint akár annak is van realitása, hogy jól körülhatárolható szabályrendszer köré szerveződve, adott esetben az MLSz-szel együttműködésben létrejöjjön egy úgynevezett eNB1. Ehhez viszont eltökélt missziós tevékenységre van szükség, mert a hagyományos sport szakmán belül még mindig akadnak ellenérzések az e-sporttal kapcsolatban.

A jövő biztos, hogy jelentős üzleti potenciállal bír. Azt viszont nem látom előre, hogy a várt siker pontosan milyen játékok révén fog megvalósulni. Itthon, ha a kormányzat érdeklődése a következő években is fennmarad, nagyon biztatóak a kilátásaink."

Szegő Péter
Az MTK E-sport Szakosztályának vezetője

Legyen sport az e-sport?

A sportág felfelé ívelő fejlődési útját mutatja, hogy a 2022-ben megrendezésre kerülő Ázsiai Játékokon már érmes eseményként lesz jelen az e-sport. Emellett a nagyközönséget jelenleg az tartja lázban, hogy vajon sikerül-e olimpiai sportágként elfogadtatni a 2024-es párizsi olimpiára, ezzel egyértelmű üzenetet küldve a szkeptikusoknak.

Social listening elemzésünkből kiderül, hogy az e-sportok befogadása a „hagyományos" sportok közé már hosszabb ideje vita tárgyát képzi a gamer társadalmon belül és kívül egyaránt. Az e-sportok egyfajta magas szintű legitimációjának formája lenne az e-sport olimpiai játékok közé való felvétele.

Erről a témáról nagyszámú említés ugyan nem született, azonban az ilyen vélemények többségükben megegyeznek abban, hogy az e-sport nem feltétlenül olimpiára való játékokat foglal magába. Még az e-sportot támogató, tehát azt a hagyományos sportok közé befogadó felhasználók is inkább a saját rendezvények, versenystruktúra és rendszer kiépítését támogatják.

Pozitív jelenség a témával kapcsolatban, hogy elenyésző azoknak a száma, akik teljesen elutasítanák az e-sportok létjogosultságát, vagy azok versenysport jellegét.

Forrás: *Facebook*

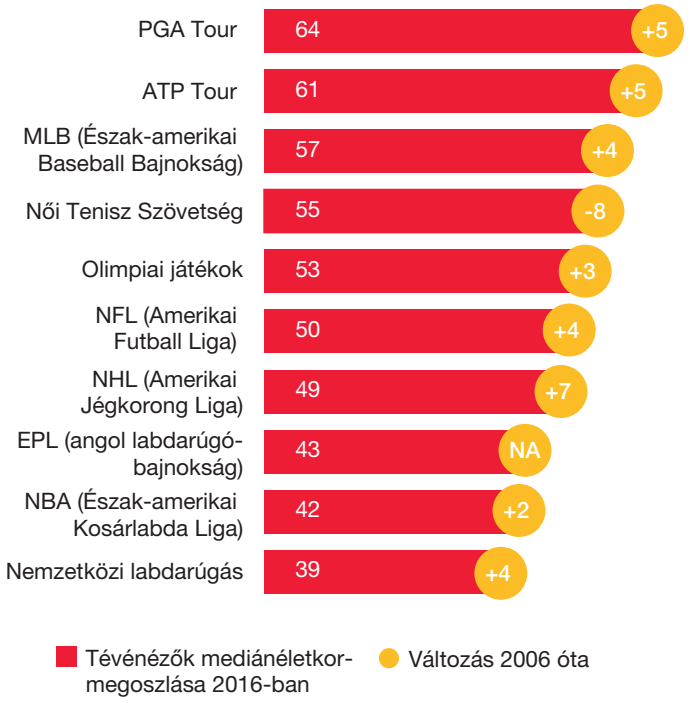
Az e-sport hivatalos sportágként való elismerése egyébként országonként eltérő ütemben valósul meg. Jelenleg több mint 60 ország van, ahol az e-sport hivatalosan is elismert sportágnak minősül, ide tartozik többek között Kína, az USA és Dél-Korea is. Franciaországban az e-sportolókra ugyanolyan munkajogi és tartózkodásjogi szabályok vonatkoznak, mint a hagyományos sportot űző profi sportolókra, ugyanakkor azonban explicit módon még mindig nem ismerik el valódi sportágként.

Jogilag nézve az e-sport Magyarországon jelenleg nem tartozik a hivatalos sportágak közé. A sportként való elismerésnek pedig lennének kézzel fogható poztív aspektusai. A digitális sportok részesülhetnének a szövetségi sportfinanszírozásból, a non-profit sportklubok adókedvezményt kaphatnának. Ezekkel, valamint a munkavállalói jogok bizosításával tovább lehetne növelni az e-sportolói bázist.

Az e-sport-közösség azonban nem lobbizik azért, hogy sportként legyen elismerve a tevékenység – azt mondják, hogy nekik nem hiányzik a vele járó kötöttség. Továbbá a MOBA és az FPS között akkora a különbség, mint a futás és az autóversenyzés között, ezért nem biztos, hogy egy szövetség keretein belül jól megférne egymással a kettő. A közösség tagjai szerint az általános normák informálisan már most is adottak és nem feltétlenül tenne jót a jelenleg piaci alapon működő e-sportnak a hagyományos sportokhoz hasonló szövetségekbe tagozódás. Azt azonban megerősítik, hogy hosszú távon valamilyen struktúra melletti elköteleződésre szükség lesz.

Összességében azonban azt látjuk, hogy inkább a hagyományos sportoknak fontos, hogy be tudják csatornázni magukhoz az e-sportot, hiszen ők azok, akiknek drasztikusan öregszik a közönségük.

14. ábra
Sportközvetítéseket követők medián életkorának változása 2006 óta



Forrás: *PwC's Sports Survey*

A Magyar Kormány igyekszik megragadni az e-sport adta lehetőségeket és a Digitális Jólét Program keretében nemzeti digitális sport stratégiát kialakítani, valamint szabályozói szerepben gyorsan reagálni az új iparággal megjelenő igényekre.

A sport is az életünk olyan része, amelyet alapvetően érint a digitális átalakulás. Ahhoz, hogy Magyarország megőrizhesse a hagyományos versenysportokban a kiemelkedő nemzetközi eredményességét, folyamatos digitális fejlesztésekre van szükség a sport területén is. Ezek segítségével jobb sportteljesítményt lehet nyújtani. Rövidpályás gyorskorcsolyázóink olimpiai aranyérméhez például egy egyedi, a versenyzők kanyartechnikáját javító digitális technológiai fejlesztés is hozzájárult. Digitális fejlesztésekkel közelebb lehet hozni a „sportélményt" azokhoz a fiatalokhoz, akik kezdenek eltávolodni a hagyományos sportoktól. A virtuális és kiterjesztett valósággal támogatott hagyományos sportesemények és az újgenerációs okosstadionok az e-sporttal karöltve kiváló lehetőségek a hagyományos sportok számára a fiatal szurkolók megtartására és bevonzására. Ezek az eszközök ugyanis olyan tömegeket is megmozgathatnak, akik egyébként nem vennének részt sporthoz kapcsolódó közösségi eseményeken.

Az e-sportok olyan készségek erősödését segítik elő, amelyek jelentős mértékben hozzájárulnak a digitális kompetenciák, a digitális írás-, és olvasástudás fejlesztéséhez is. Ezen kívül a digitális sport és az e-sport kiváló lehetőséget kínál a magyar technológiai startupok számára, akiknek a fejlesztései könnyen nemzetközi sikereket is elérhetnek. Érdekes kérdést vet fel az is, hogy vajon a jövőben az e-sport továbbra is technológia/platform/kiadó függő marad-e, vagy meg tud jelenni egy olyan integráló platform, amely képes egységesíteni a piacot.

Sokan teszik fel a kérdést nekem, hogy miért pont V4-es keretek között indítottuk el az e-sport kibontakozásának támogatását. A V4-ek és Németország hagyományosan szoros gazdasági és kulturális kapcsolatban állnak. Németország a digitalizáció egyik európai motorja, míg a V4-ek az EU-ban a legdinamikusabban fejlődő régiót alkotják, így kézenfekvő, hogy Németország számára a V4-ek országai adják a digitális partnerséget az ipar 4.0, az 5G vagy az e-sport területén.

Meggyőződésem, hogy a magyar sport erősödéséhez járulhat hozzá, ha a magyar e-sport egyenjogú és egyenrangú része lesz a magyar sport intézményrendszerének. Fontosnak tartom, hogy a sporttörvényben megtörténjen az e-sport sporttá nyilvánításra. Egy ilyen pozitív változás nagyban segíthetné a magyar e-sport közösséget abban, hogy az egyik vezető erővé nője ki magát az európai piacon."

Deutsch Tamás
A Magyar Olimpiai Bizottság alelnöke,
a Sportegyesületek Országos Szövetségének elnöke,
az MTK elnöke, valamint
a Digitális Jólét Programért felelős miniszterelnöki biztos

Kihívások

A loot box probléma

A mindenki által elérhető, szabályozatlan e-sport-piac igen komoly probléma, ugyanis függőséget alakíthat ki, ami a fiatalkorúakra különösen veszélyes. Megfelelő szabályozások és utánkövetések nélkül a fiatalok több ezer dollárt költenek el akár játékon belül vagy harmadik szereplő által üzemeltetett oldalakon.

Dr. Mark D. Griffiths, a játékfüggőség szakértője kifejtette, hogy a loot boxok jutalmazási rendszere a pénznyerő automaták működéséhez nagymértékben hasonlítanak, azért azok vásárlása függőséget okozhat (például a játékos talál egy ládát (loot boxot) a játékban, amiről nem tudja, hogy mit tartalmaz, viszont csak pénzért tudja kinyitni).

Ennek ellenére hazájában, Angliában a loot boxok nem számítanak szerencsejátéknak. A szabályozás azonban nem egységes, minden ország maga szabja meg a határokat, így Belgiumban például már szerencsejátékként kezelik a loot box-okat.

Már a játékkiadók – az őket ért kritikák miatt – is igyekeznek tenni a jelenség ellen. A CS:GO játék kiadója, a Valve például bevezette, hogy a frissen megszerzett virtuális zsákmányt hét napig nem lehet kereskedelmi forgalomba bocsátani. Ez azért lehet hatékony, mert a legtöbb szerencsejátékra épülő weboldal az eladott termékek mennyiségére, nem pedig az egyes fogadásokon befolyt összegekre támaszkodik.

Úgy látszik, hogy az e-sport-piac szereplőinek érdeke, hogy ilyen problémák ne legyenek, ezért a közeljövőben további szabályozási lépések várhatóak.

A loot box egy virtuális áru a játékban, amivel további virtuális játékelemekhez lehet hozzájutni random módon. Ezek a játékelemek például a játékos avatarjának vagy karakterének testreszabási lehetőségeit bővítik, de akár a játékot megváltoztató felszerelésekhez, például fegyverekhez vagy páncélokhoz is hozzá lehet általa jutni. Legtöbb esetben van lehetőség a játékban megszerzett pontokból vagy valós pénzből megvenni ezeket a dobozokat.

Csalások

A játékon belüli csalás, azaz a program manipulálása nem okoz problémát, a versenyeken ki lehet szűrni a próbálkozásokat. Ha csalást állapítanak meg, akkor kitiltják a ligából az adott játékost és sokszor még a játékhoz tartozó fiókját is letiltják, ami kellő visszatartó erővel bír.

A dopping azonban egy létező probléma. A versenyeken bírók figyelnek és szúrópróbaszerű teszteléseket végeznek esetleges koncentrációt segítő drogok, mint például a vény nélkül kapható Adderall kimutatására a játékosok szervezetében.

Arra viszont, hogy pontosan milyen további anyagokat, milyen gyanús viselkedésminta esetén kell keresni, nem találunk egyértelmű iránymutatást. Mindez, csakúgy mint korábban a hagyományos sportok esetében, egyelőre veszélyesen szabályozatlan fázison megy keresztül.

A fiatalok testi, lelki egészségének megóvása

Mentális fejlődés

Az e-sportban sok játékos és rajongó még fiatalkorú, így rendre felbukkan azoknak a hangja, akik javarészt sztereotípiákból építkezve féltik a gyermekek egészségét. Gyakran elhangzik különböző fórumokon, hogy a lövöldözős játék hatására agresszív viselkedés és társadalmi, szociális elszigetelődés figyelhető meg a játékosoknál, ám ezeket az állításokat független kutatások sorra cáfolják. A fiatalok pszichológiai fejlődésének védelmében szigorú szervezetek cenzúrázzák a játékokat és látják el azokat különböző ajánlásokkal. A lövöldözős játékok és az azokhoz kapcsolódó e-sport rendezvények is korhatárosak, az Európai Unió országaiban a PEGI, míg az Egyesült Államokban az ESRB felügyeli ezt a területet. A szociális beilleszkedésben pedig egyenesen segítheti a fiatalokat, hogy a játékok során kooperálniuk, kommunikálniuk kell. Emellett több, alulról szerveződő társaság biztosít helyszínt és közös eseményeket a játékosoknak, ahol fizikailag is találkozhatnak egymással.

Fizikai erőnlét fejlesztése

Az e-sportolók testi egészsége hasonlóan a hagyományos sportokhoz a siker fontos tényezője a játék során. A legtöbb csapat kötelezővé teszi a játékosainak, hogy járjanak edzőtermekbe, hiszen ahhoz, hogy a játékban 100%-ot tudjanak nyújtani, ahhoz a testüket is fitten kell tartaniuk, így tehát jó példával szolgálnak a rajongóik felé is.

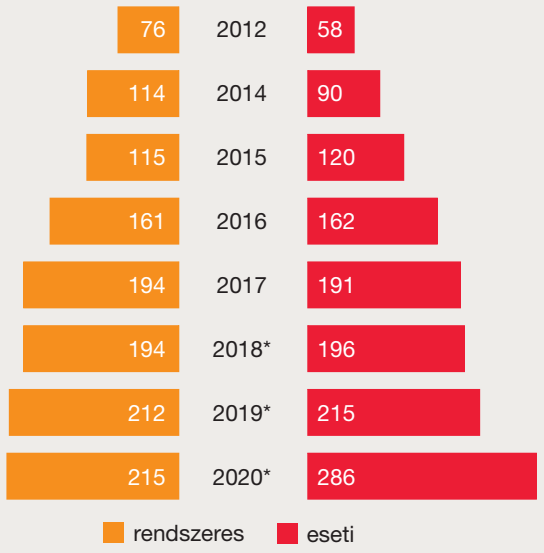
Az e-sport gazdasági és társadalmi hatásai

Gazdasági hatások

Tanulmányunkban már többször jeleztük, hogy az e-sport piaca jelentős növekedés előtt áll az elkövetkezendő években. A játékosok száma várhatóan növekedni fog, annak köszönhetően, hogy egyre több gyerek/fiatal kapcsolódik be, illetve a jelenlegi játékosok is valószínűleg idősebb korukig maradnak hűek a sportághoz.

A növekvő rajongóbázis a jelenleginél is népszerűbbé teszi az e-sportot a szponzorok körében, akik ezáltal célzottan képesek elérni a jelentős fiatal célcsoportot. Emiatt a hirdetők felől továbbra is áramlik majd a pénz az iparágba.

15. ábra
Rendszeres és alkalmi nézők számának alakulása globálisan (millió fő)



*Az évre vonatkozó adatbecslés eredménye

Forrás: *Statista*

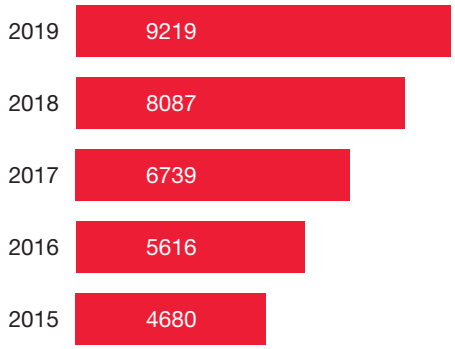
Az érdeklődők emelkedő számának köszönhetően szükségszerűen növekedni fog az igény a játékok diverzitására, ami a játéktervező cégek számára kihívást és egyben lehetőséget is jelent. Ahogy a hardvergyártók is az e-sporttal összefüggő kereslet stabil növekedésével számolhatnak.

Biró Balázs véleménye szerint az e-sport virtuális és kiterjesztett valósággal való kombinációja, illetve a mobil platformokon való terjedése szintén jelentős igény- és érdeklődésnövekedést prognosztizál az iparág irányába.

Az e-sport-rajongók igénye növekedni fog arra, hogy ne csak az online térben, de személyesen is kapcsolatba léphessenek egymással és kedvenc játékosukkal. A Narus Advisors előrejelzése szerint növekedni fog az offline e-sport-események száma, (2019-ben 9,219 offline esemény várható) ami a helyszínként szolgáló városokban az idegenforgalmi bevételeknek kedvez a látogatók költésének köszönhetően.

Szükségszerűen felmerül a kérdés, hogy az e-sport-piac térnyerése vajon a hagyományos sportok piacának rovására fog-e bekövetkezni. Az eNet kutatása szerint az e-sportolók körében nagyobb a hagyományos sportokban való részvétel aránya, mint a lakosság egészében. Emellett a hagyományos sportágak jelentős potenciált látnak abban, hogy a fiatal generáció érdeklődését ez e-sport segítségével keltsék fel a tradicionális sportok iránt, gondoljunk csak a sportklubok által létrehozott e-sport szakosztályokra. Tehát a közeljövőben a hagyományos és az elektronikus sport összefonódása és együttélése várható.

16. ábra
Tervezett e-sport-események száma



Forrás: *Naurus Advisors*

Társadalmi hatások

A videójátékok hatása a fiatalokra

Hodozsán Dániel, az E-sport1.hu – Magyarország legnagyobb elektronikus hírportáljának – alapítója, a V4 Future Sports Festival egyik főszervezője szerint, az e-sporttal szemben felmerülő leggyakoribb társadalmi kritika, hogy a gyerekek elbutulnak a videojátékoktól, elveszi az idejüket a tanulástól. Véleménye szerint ugyanakkor a játékok többsége által fejlődik a fiatalok koncentrációs képessége, stratégiai gondolkodása. Magasabb szinten, csapatban játszva, pedig a projektmenedzsment és kommunikációs képességek is előtérbe kerülnek, hiszen egy-egy csapatot gyakran kontinenseken és időzónákon átívelően kell egyben tartani.

Az e-sportnak lehet a fiatalokra nézve egy pozitív, közösségszervező hatása, ahogy ezt Martin Fritzen a V4 Future Sports Konferencián bemutatta. Vezetésével Dániában településenként kerültek hobbi e-sport klubok létrehozásra, ahol a fiatalok iskola után összegyűlhetnek és e-sportot játszhatnak. Az így kialakult közösségek pedig a valós életben is gyakran egymást támogató barátokká válnak.

Fontos ugyanakkor hangsúlyozni, a szabályozóknak, játékkészítőknek és -szervezőknek pedig figyelembe venni, hogy a videójáték-függőség, kiemelten a fiatalok körében jelent komoly és létező veszélyt. Dél-Koreában a függőség elterjedésének megakadályozására bevezették az ún. Hamupipőke-törvényt (Cindarella Law), ami megtiltja, hogy 16 éves kor alatt gyerekek éjfél és reggel hat között videójátékot játszanak. Akiknél pedig kialakult a betegség, azokat videójáték-függőség kezelésére specializálódott klinikán kezelik.

Biró Balázs emellett hangsúlyozta, hogy az e-sporttal kapcsolatban kialakuló illegális fogadásokra mielőbb szükséges lenne a szabályozóknak választ találnia, hiszen a fiatal játékosokra ez is komoly veszélyt jelent.

Toxikus viselkedés és szexizmus az e-sportban

Bányai Fanni, e-sporttal foglalkozó pszichológus, a V4 Future Sports Festival szervezője, kihangsúlyoz egy másik fontos, mikro szinten jelentkező társadalmi jelenséget, a toxikus játékosok kérdését. A toxikus játékos definíciójával kapcsolatban eddig nem született konszenzus, de az általános vélekedés szerint a toxikus viselkedés lényege, hogy az adott játékos saját viselkedésével, akár játékos karakterén keresztül, akár verbálisan (írásban és/vagy szóban) többi játékos játékélményére negatívan hat, pl. nemi, vagy faji hovatartozásra utaló sértő megnyilatkozások által. Toxikus viselkedésnek minősül a játékokban sajnos a mai napig erősen megjelenő szexizmus. Ezen viselkedés a cyberbullying egy megjelenési formájaként is betudható, mely a videojátékok közösségére korlátozódik, és amely az e-sport közösségekben is gyakori és a mai napig komoly problémát jelent.

Fanni véleménye szerint a toxikus viselkedés megjelenése csökkenthető lenne a játékosok edukációja és érzékenyítése által. Egyes játékok, például az Overwatch, League of Legends büntetéssel sújtja a játékosokat, ha toxikus viselkedést mutatnak, de a gyakorlat mostanáig nem terjedt el széles körben és nagyban függ a játék és a köré szerveződő közösség szellemiségétől.

A toxikus viselkedés visszaszorítása nemcsak társadalmi, de gazdasági szempontból is kívánatos lenne, hiszen a szponzorok és hirdetők nem szívesen adják a támogatásukat olyan játékosoknak vagy csapatoknak, akik viselkedésükkel az általuk képviselt márkát rossz színben tüntethetik fel.

Jövőkép az e-sport fejlődéséről

Az e-sport és az e-sport-piac növekedésével kapcsolatos várakozások egyöntetűen nagyon optimisták, melyet interjúalanyaink is visszaigazoltak. Egyre több állam ismeri el hivatalos sportágként az e-sportot, így várhatóan a társadalmi érdeklődés új szintre kerül, így egyre vonzóbbá válik a nagy szponzorok és befektetők számára. Stadionok épülnek a városokat képviselő e-sport-ligák számára, illetve ezekre az eseményekre is használatba kerülnek a már meglévő létesítmények.

Az e-sport iránt érdeklődő közösség létszáma előreláthatóan töretlenül növekedni fog. A jelenlegi piacokon a meglévő követők érdeklődése továbbra is fennmarad és hozzájuk újabb fiatalok tömegei fognak csatlakozni. Valamint a jólét növekedésével újabb piacok fognak megnyílni. Várható, hogy az e-sport-láz átterjed Mexikóra, a Fülöp-szigetekre, illetve a BRICS-országokra is, amelyek hatalmas népességükkel jelentős, jelenleg kiaknázatlan, potenciált rejtenek.

A technológia fejlődésével újabb és újabb eszközök állnak majd rendelkezésre a megújuláshoz. Például a virtuális valóság (Virtual Reality) vagy a kiterjesztett valóság (Augmented Reality) alkalmas lesz arra, hogy közelebb hozza az élményt az e-sport-rajongókhoz. Itt nagyszerű alkalmazásokat várhatunk az elkövetkezendő években, amelyek akár a stadionokban, akár az otthonainkban is megjelenhetnek.

Emellett a mobil platformokra optimalizált játékok előretörése és az internet fejlődése az e-sport még szélesebb körben való elterjedésének irányába mutat.

A fenti megfontolások egyesével is mind optimizmusra adnak okot, ugyanakkor fontos hangsúlyoznunk, hogy néhány, a fejlődéssel ellentétesen ható tényező sikeres semlegesítésére van szükség az e-sportban rejlő fejlődési potenciál kiteljesítéséhez.

Biró Balázs és Hodozsán Dániel is kiemelték, mennyire fontos, hogy a szponzorok részéről töretlen bizalom álljon fenn az e-sport irányába. Ehhez szükséges a jelenleg még elterjedt toxikus viselkedés visszaszorítása, valamint az e-sport-sztárokban annak tudatosítása, hogy véleményvezérként rajongóik felelős viselkedést várnak el tőlük.

Fontos a szabályozás és valamilyen formában az intézményi háttér kialakítása. Ennek ugyanakkor nem szükséges vagy kívánatos feltétlenül a hagyományos sporttal azonos kereteket jelentenie, hiszen míg a hagyományos sport alapvetően nemzeti alapokon rendeződik, addig az e-sport-csapatok gyakran sok különböző nemzetből állnak össze.

A játékosok és szponzorok bizalmának növeléséhez elengedhetetlen a doppingolás és csalás megelőzésére megnyugtató választ adni, az e-sportfogadást szabályozott és átlátható keretek közé terelni.

Források

PwC
Global Entertainment and Media Outlook 2017–2021
Digital Trend Outlook 2017: e-sport – Der Sport, der keiner sein darf?
Sports, the most disrupted of all industries (PwC Sports survey)

Newzoo
2018 Global E-sports Market Report

eNet – *Magyarország 37 millió játékos hazája*
(http://www.enet.hu/hirek/magyarorszag-37-millio-jatekos-hazaja/)

The e-sports observer – IEM Katowice 2018: *E-sports, Brands, and Their Fans*
(https://esportsobserver.com/iem-katowice-teo-introduction/)

Financial Times – E-sports: *Is the gaming business ready to come of age?*
(https://www.ft.com/content/ef8539b6-be2a-11e7-9836-b25f8adaa111)

Nielsen Market Intellingence: *The e-sports playbook 2017*
(http://nielsensports.com/reports/esports-playbook-2017/)

Narus Advisors: *E-sports & Gambling: Where's The Action?*
– Analyzing the intersection of the gambling and esports industries, 2016
(https://www.thelines.com/wp-content/uploads/2018/03/Esports-and-Gambling.pdf)

Kapcsolat

Zaránd Miklós

Igazgató
Technológia, Média és Telekommunikáció
miklos.zarand@pwc.com

Török Gergely

Tanácsadó
gergely.torok@pwc.com

Radovics Kata

Tanácsadó
kata.radovics@pwc.com

Nádasy Bernadett

Tanácsadó
bernadett.nadasy@pwc.com

© 2018 PricewaterhouseCoopers Magyarország Kft. Minden jog fenntartva.
Ebben a dokumentumban a „PwC” kifejezés a PricewaterhouseCoopers Magyarország Kft.-re utal, egyes esetekben pedig a PwC hálózatra vonatkozik.
Minden tagvállalat önálló jogi személy. További információért, kérjük, keresse fel a http://www.pwc.com/structure weboldalt.
Ez a kiadvány kizárólag általános tájékoztatásul szolgál és nem minősül szakmai tanácsadásnak.