

SZAKDOLGOZAT

Antal Balázs

2009

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástudományi Kar
Információrendszerek Tanszék

Újgenerációs konzolok, mint otthoni szórakoztatóeszköz

Szakszeminárium-vezető: Füleki Dániel

Készítette: Antal Balázs
Gazdasági informatika szak
Üzleti informatika szakirány

2009

TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék	2
1. Bevezetés	3
2. Környezeti áttekintés.....	4
2.1. Videojáték iparág	4
2.2. Történeti áttekintés.....	7
2.3. Kiállítások	11
2.3.1. Electronic Entertainment Expo – E3	11
2.3.2. Tokyo Game Show.....	12
2.3.3. Games Convention	13
2.3.4. Game Developers Conference.....	14
2.3.5. European Computer Trade Show	15
2.3.6. International Consumer Electronics Show	15
3. Az újgenerációs konzolok.....	16
3.1. Aktuális piaci helyzet.....	16
3.2. Az újgenerációs konzolok és az internet.....	18
3.2.1. Csatlakozás.....	18
3.2.2. Használat	20
3.2.3. Online vásárlás	21
3.2.4. Többjátékos mód.....	23
4. Xbox Live.....	27
4.1. Részletes áttekintés	28
4.1.1. Game Marketplace	28
4.1.2. Video & Music Marketplace	32
4.1.3. Friends.....	35
4.1.4. What’s hot	35
4.1.5. A Live helyzete Magyarországon	35
4.2. Az Xbox360 multimédiás képességei.....	36
4.3. Biztonság.....	38
4.4. Gazdasági, stratégiai megközelítés	39
5. Kutatás.....	43
5.1. A válaszok értékelése	43
5.2. Végző benyomások a kérdőívről.....	53
6. Összefoglalás	55
<i>7. Irodalomjegyzék.....</i>	<i>57</i>
<i>8. Ábrajegyzék.....</i>	<i>60</i>
<i>9. Függelék</i>	<i>61</i>
<i>9.1. A dolgozatban használt kérdőív</i>	<i>61</i>

1. Bevezetés

A dolgozat fókuszba az újgenerációs konzolok, illetve ezek multimédiás, szórakoztató képességei. Vizsgálva a lehetőségeket, azok felhasználását és kihasználását a vásárlók oldaláról, valamint a feltételezett különbségeket a magyarországi és amerikai trendek között. A magyarországi adatokat egy körülbelül 50 fős minta alapján – mely nem tekinthető reprezentatívnak – készülök megállapítani, a külföldi szokásokat az interneten és szakirodalomban fellelhető adatok alapján vonom be a vizsgálatba.

Fontos, hogy először áttekintést kapjunk az iparágról, melybe a konzolok tartoznak. A gyors fejlődést érzékeltetendő rövid történeti áttekintés is segíti, hogy megfelelő tájékozottsággal tudjuk szemügyre venni az aktuálisan piacon lévő konzolokat. A dolgozat szempontjából a hangsúly most nem a játékokra, hanem a gép szórakoztató képességeire kerül. A minden típusban megtalálható internetes felületeket az Xbox360 szolgáltatásának vizsgálatával részletesen bemutatom.

Azért a Microsoft konzoljára esett a választás, mert Magyarországon a legszélesebb körben terjedte el, valamint szórakoztató képességeit és a hozzá kapható kiegészítőket figyelembe véve a legszélesebb szegmenst fedi le. Továbbá vizsgálatra érdemes, hogy a Microsoft az operációs rendszerek piacán szerzett tapasztalatait, felhasználókkal kapcsolatos ismereteit képes-e egy másik piacon is kamatoztatni, össze tudja-e hozni valamilyen formán a két egymástól eltérő szegmenst?

A vizsgálatot egy általam készített felmérés adatainak tárgyalásával zárom, melyben a magyarországi helyzetet körvonalazom. A kérdések egy része alapján az emberek általános viszonyát próbálom megállapítani a konzolokhoz. Egy specifikusabb rész abban segít, hogy a konzolvásárlók mennyire élnek a jelenlegi rendszerek adta lehetőségekkel online és offline formában.

Végül az ismeretek alapján egy, a mai konzolokkal kapcsolatos általános értékelés, valamint a fejlődések lehetséges irányai zárják a dolgozatot.

A dolgozatban a teljesen objektív részek esetén külső tanulmányokból merítek információt, de ahol lehetőséget ad a téma saját gondolataimat, szubjektív véleményemet osztom meg az Olvasóval.

2. Környezeti áttekintés

2.1. Videojáték iparág

Az iparág definíció szerint: Az iparnak valamely azonos vagy hasonló termelést, szolgáltatást folytató ága.

A videojáték iparág a gazdaság egy szektora, mely magában foglalja a videojátékok fejlesztését, marketingjét és a játékok eladását.

A valaha szinte észrevehetetlen piac az 1970-es évek óta kinőtte magát. Az Entertainment Software Association hivatalos jelentése szerint 2007-ben 9.5 milliárd dollár bevételt realizált 2007-ben csak az USA-ban¹, összesen kb. 20 milliárd dollárt világszerte. 2008-ban már 22 milliárd dolláros bevétele volt az ágazatnak.² Elemzők szerint nem kizárt, hogy 2011-re világszinten majdnem 49 milliárd dollár mozogjon az iparágban. A 80-20 szabály ebben az iparágban is megfigyelhető, az első három cég tesz szert a bevétel 80%-ra.

Fontos továbbá definiálni az iparági értékláncot. Definíciója szerint az értéklánc „a vállalati tevékenységek értékalkotó összekapcsolódása”.³ Ben Sawyer, a Digitalmill elemzője hat megkülönböztethető, egymáshoz kapcsolódó folyamatot különített el a videojáték iparban.⁴

Az értéklánc elemei a következők:

1. Alaptőke és kiadók: magában foglalja azokat, akik befektetnek új címek fejlesztésébe és licenceken keresztül próbálják megtéríteni befektetésüket
2. Termék és tehetség: magában foglalja a fejlesztőket, tervezőket és művészeket, akik vagy egyedi szerződéssel, vagy tartós alkalmazásban dolgoznak a fejlesztő cégnél
3. Gyártás és eszközök: Tartalmazza azokat az eszközöket, programokat, melyek a termék elkészülte során felhasználásra kerültek. Ilyenek a tartalom előállító

¹ The Entertainment Software Association : *Essential Facts about the computer and video game industry 2008*

² The Entertainment Software Association – *The Transformation of the Video Game Industry*
<http://www.theesa.com/gamesindailylife/transformation.asp>, 2009. január 29.

³ Chikán Attila: *Vállalatgazdaságtan*, AULA kiadó, 2005

⁴ Wikipedia: Video game industry
http://en.wikipedia.org/wiki/Video_game_industry, 2009. szeptember 12-i letöltés alapján

eszközök, köztes eszközök (middleware), játék motorokat (game engine) és termelés kezelő rendszereket

4. Elosztás: Mint neve is mutatja a teljes elosztási folyamatot öleli fel. Ide tartozik a címek terjesztésének elősegítése brosúrák, katalógusok tervezésével, előállításával és eljuttatásával online és offline elosztási központokhoz
5. Hardver: Az alap platform, mely szükséges a termék használatához. Lehet videojáték konzol, online forrás vagy hordozható eszköz.
6. Végfelhasználók: a végtermék felhasználói

Ben Sawyer egy további elem kialakulását vizionálja 2012-ig. A videojáték iparban kialakult egy trend, melynek keretében lehetőséget biztosítanak a játékosoknak, hogy elkészítsék saját módosításaikat (mod) a játékok egy részéhez. Felmérések szerint a játékosok alig 1%-a próbálja ki magát a fejlesztésben is, de számuk az előrejelzések szerint 2012-re eléri a 600.000-t, ezáltal az értékláncban is szerepet követelhetnek.

A növekedéssel új, eddig ismeretlen iparág-specifikus szakmák jöttek létre. Ilyenek például a pályatervező, játékprogramozó, játék producer, játéktesztelő.

Az iparágat jelenleg két folyamat határozza meg: a konszolidáció és a vertikális integráció. A kezdeti kis költségvetésű játékfejlesztés, az egyszemélyes munka már a múlté. A célplatformok bonyolulttá válása és az igények növekedése hosszú és pénzigényes folyamattá tette a videojáték készítését. A kezdeti néhány hónapos munka mára átlagosan 1-3 éves komplex folyamattá vált. A kockázat nőtt, viszont megnőtt a lehetséges bevétel is. A 2008-as év legnagyobb sikere - a Grand Theft Auto 4 – 500 millió dollár bevételt produkált a nyitó héten. Érdekes összehasonlítani a szórakoztatóipar másik zászlóshajójával, a filmiparral. A „Karib-tenger kalózzai: A világ végén” című nagyköltségvetésű holywood-i mozifilm 404 millió dollárt hozott az első hat nap alatt a mozikban.⁵

Gazdasági téren az általánosan bevált gyakorlat, hogy - szerződésben rögzítve – a fejlesztőhöz kerül a bevétel 20%-a, maradék 80% a kiadóhoz kerül (80-20 szabály kicsit másképp...). Az elosztás helyett a tehetősebb stúdiók szívesen választják a fejlesztőcégek megvásárlását, így minden megoldanak házon belül (vertikális integráció). A kiadók és fejlesztők viszonyát leggyakrabban a zeneiparban tapasztalható helyzettel szokták párhuzamba helyezni. A két csoport céljai nem teljesen egyeznek, de

⁵ King, Danny :*Grand Theft Auto 4 breaks record*
<http://www.videobusiness.com/article/CA6558320.html>, 2009. augusztus 17.

összeegyeztethetőek. A konkrét cél mindkét esetben az, hogy a munkán keresztül anyagi hasznot realizáljanak. A probléma abban keresendő, hogy a kiadót kizárólag a bevétel nagysága és a piaci igények motiválják, míg a fejlesztők művészek. A művészeket fűti az alkotás vágya, nem feltétlenül a piaci igények határozzák meg számukra a fejlesztés irányát. Ez a kettősség folyamatosan jelen van a fejlesztők és a kiadók kapcsolatában.

A videojáték ipar egy részén megmaradt a régi trend, mely szerint alacsony tőkével, minimális létszámmal is lehet szakmailag és üzletileg jövedelmező „startup”-okat alkotni. Ez leginkább a személyi számítógép szegmensre igaz. A dolgozatban vizsgált videojáték konzoloknál azonban a helyzet sokkal kedvezőtlenebb az induló projekteknek. Ezeken a platformokon a fejlesztés licencekhez kötött. A fejlesztőnek rendelkeznie kell egy gyártó által jóváhagyott fejlesztési licenccel minden platformra, melyre el akarja készíteni a programot. A kiadónak fizetnie kell egy licenccért, mely igazolja, hogy terjeszthet játékot az adott konzolon, valamint külön licencet kell igényelni minden projekthez. A jogi vonalon túllépve még egy nagy anyagi befektetést igénylő feladat áll fejlesztőcsapat előtt, meg kell vásárolni a fejlesztőeszközöket a konzol gyártójától. Amennyiben ez is sikerül, még mindig áll egy feladat a „művészek” előtt, el kell nyerniük a játékkonceptió jóváhagyását a gyártótól. Ez a sok lépcső és komoly anyagi befektetés szinte lehetetlenné teszi az új belépők megjelenését, mivel gyakorlatilag feltételezi, hogy a fejlesztő cég aláírt szerződéssel rendelkezik egy kiadóhoz, mielőtt a lényegi fejlesztésnek akár a közelébe kerülhetne. A kiadók viszont csak olyan fejlesztővel szerződnek, aki tapasztalattal rendelkezik az adott célplatformon és játékstílusban.

A felsorolt nehézségek ellenére is a konzoloké a vezető szerep a videojáték piacon. Az USA-ban az eladott játékok mindössze 9,5%-a készül PC-re⁶, de ez a szám világviszonylatban sem változik számottevően.

⁶ Bangeman, Eric : *Growth of gaming in 2007 far outpaces movies, music*
<http://arstechnica.com/gaming/news/2008/01/growth-of-gaming-in-2007-far-outpaces-movies-music.ars>, 2009. január 29.

2.2. Történeti áttekintés^{7,8,9,10}

Az első otthoni szórakozásra kifejlesztett videojátékok 1971-ben jelentek meg kereskedelmi forgalomban, annak ellenére, hogy a későbbi óriáscégek – mint a SEGA vagy Nintendo – már a század első harmadában létrejöttek.

Az első interaktív játék az 1947-es évhez, valamint Thomas T. Goldsmith Jr és Estle Ray Mann nevéhez kötődik. A program egy analóg megoldással előállított „rakéta-szimulátor”, melyet CRT kijelzőre készítettek.

Az 1951. május 5-én megnyílt Festival of Britain kiállításon bemutatták a NIMROD nevű számítógépet, melyet kifejezetten a NIM nevű matematikai-logikai játék futtatására terveztek – emiatt nevezhetjük a NIMROD-ot az első játékkonzolnak.

A korai időszak áttekintéséből kihagyhatatlan továbbá az OXO nevű amőbajáték, melyet Alexander S. Douglas készített egy Brit kísérleti számítógépre (EDSAC). Ez volt az első megoldás, ami digitális grafikai megjelenítéssel készült.

Kiemelkedik még a korai darabok közül a Tennis for Two és a Spacewar!. Előbbi az első kétszemélyes játék, utóbbi pedig az első olyan, amely szabvány számítógépet használt, így nagyon rövid idő alatt elterjedt a kutatóállomásokon és az egyetemeken.

A fejlődés szempontjából meg kell említeni továbbá az 1968-as esztendőt. Ebben az évben adta be bejegyzési kérelmét a szabadalmi hivatalnak Ralph H. Baer. A szabadalom egy televízióhoz köthető játékokra és képzésre alkalmas eszközre vonatkozott. A bejegyzés 1973-ban történt meg és később



1. ábra - Spacewar!

⁷ Hatzithomas, Ion : *Home Video Game Console History*

<http://www.gooddealgames.com/articles/Home%20Video%20Game%20History.html>, 2009. január 29.

⁸ PBS - *The Video Game Revolution: The History of Games*,

http://www.pbs.org/kcts/videogamerevolution/history/timeline_flash.html, 2009. január 29.

⁹ Horwitz, Jer – Herman, Leonard – Miller, Skyler : *The history of video games*,

<http://www.gamespot.com/gamespot/features/video/hov>, 2009. január 29.

¹⁰ Vogel, Harold L. : *Playing the Game: The Economics of the Computer Game Industry*

<http://www.fathom.com/course/21701761/index.html>, 2009. január 29.

nagy viharokat kavart a játékipar állóvizén, mivel perek sokaságát eredményezte.

1971-ben Nolan Bushnell megalkotta a Computer Space-t - a Spacewar! továbbfejlesztését - , mely az első érme-működésű sorozatgyártásban készült videojáték volt, 1500 darab készült belőle. A fogadtatás pozitív volt, de a remek ötlethez bonyolult kezelés társult, így a várt siker sajnos elmaradt.

1972-ben a Magnavox a – Baer-től előzőleg megvásárolt – szabadalmat felhasználva piacra dobta Odyssey nevű televízióra csatlakoztatható otthoni játékgépét 12 darab beépített játékkal, köztük egy ping-pong programmal. A gép nagy siker, a Magnavox kizárólag saját üzletláncában értékesíti, valamint ügyes félinformációkkal eléri, hogy a vásárlók a gép működéséhez feltételként Magnavox TV készülék meglétét társítják. A konzolból 100.000 darabot sikerül értékesíteni. A hype kialakulásához nagyban hozzájárult, hogy a - Nolan Bushnell által ugyanezen évben alapított – Atari megdöbbentő sikereket ért el Pong nevű játéktermi gépével az évben (19.000 eladott darab). Az akkori helyzet ismerői szerint az Odyssey vásárlóinak jelentős hányada a Pong-hoz hasonló játékelményt keresett otthoni formában, és ezt az igény tudta kielégíteni a Magnavox játékgépén található Ping-pong program.

A '70 éveket tekintik a játéktermi gépek aranykorának. Mivel részletesebben nem képzik a dolgozat tárgyát, ezért egy rövid felsorolásba gyűjtöm a további legfontosabb címeket.

1978 – Space Invaders; Taito

1979 – Asteroids; Atari

1980 – Pac-man;

Az Odyssey sikere sokak érdeklődését felkeltette a szórakoztató elektronika ilyen irányú fejlesztésére. A piaci térnyerés lehetőségét a minél gyorsabb reagálásban látták. Ez a sietség vezetett oda, hogy a legtöbb próbálkozás már a piacig sem jutott el. Maradandót egyedül a COLECO cég tudott alkotni. Telestar nevű terméke piacra került 1976-ban.

Az eddigi konzolok közös tulajdonsága, hogy a futtatott program rögzített a gépben, azaz a gép külsőleg nem programozható. Ezen a tulajdonságon változtatott és terelte új mederbe a fejlesztéseket a Fairchild Camera & Instrument vállalat Videó Entertainment

System (VES) gépe. A szerkezet csak a keretrendszert tartalmazta, az alkalmazásokat cartridge formában kívülről kellett beilleszteni.

A következő években több olyan megoldás látott napvilágot, mely manapság általánosnak mondható az iparágban, a '70 évek végén azonban, ha nem is korszakalkotó, de legalább is nagyon eredeti volt. Az újítások az Atarihoz kapcsolódnak, egyik a speciális irányító (Atari Videó Pinball – 1977, Atari Stunt Cycle - 1977) megjelenése, mint a motor kormány és a flipper irányító, valamint megjelent az első, korabeli híresség segítségével reklámozott játék (szintén az Atari Stunt Cycle - 1977). Evel Knievel motoros kaszkadőr nevével reklámozták a gépet, bár nem szerződéses, hivatalos formában.

Az újításokból a Coleco is kivette a részét. 1978-ban Coleco Telstar Arcade névre keresztelt gépük három különböző beviteli egységet tartalmazott. Megtalálható rajta az akkoriban elterjedt, egyszerű Pong irányító. A mellette lévő fénypisztoly segítségével célba lőhetett a felhasználó a TV-re. A legérdekesebb azonban egy kisméretű kormánykerék volt, mely az első ilyen jellegű irányító.



Szintén 1978-hoz kapcsolódik a Magnavox Odyssey2 megjelenése, mely megalapozta a sokaig életben lévő standard joystick modellt.

Az 1980-as évek első fele három szereplő a

2. ábra - Coleco Telstar Arcade

Mattel, a Magnavox és az Atari versenyét hozták. 1984-85-ben azonban egy új belépő állította a feje tetejére az ipart. A Nintendo megjelentette Nintendo Entertainment System nevű (NES) gépét. Előbb Japánban 1983 nyarán. A fogadtatás nem volt túl fényes, használat során jelentkező hibák sokasága miatt a gépet vissza kellett hívni. Az alaplap cseréjével megoldották a problémákat és a gép '84 végére a legjobb eladásokat produkáló konzol lett Japánban. 1985 júniusában bevezették a terméket – Famicom néven - az amerikai piacra, ahol hasonlóan fényes fogadtatásban volt része, mint odahaza. A NES nagyban hozzájárult, hogy a videojáték ipar soha nem látott növekedésbe kezdett és egyre jobban megragadta az emberek figyelmét.

1986 egy újabb fontos év az áttekintés szempontjából. Ebben az évben jelent meg – az addig csak játékszoftvereket fejlesztő cég, - a SEGA. A Famicom kihívójának szánt Sega Master System (SMS) azonban teljes technikai fölénye ellenére csúfosan alulmaradt a Nintendoval szemben. A vereség legfőbb oka, hogy kevés és rossz minőségű játék készült a géphez.

Egészen 1995-ig a SEGA és Nintendo csatája határozta meg a konzolok piacát. E két résztvevőhöz hosszabb-rövidebb időre csatlakoztak új kihívók, mint például a Panasonic (3DO - 1993), a régi-új Atari (Jaguar - 1993) és személyes kedvencem az SNK Neo Geo. Meghatározó szerepet azonban ki-kí magas árai vagy alacsony játékelérhetőség miatt nem tudott elérni.

1995-ben egy rosszul sikerült Sony – Nintendo munkakapcsolat eredményezte, hogy a Sony bankot robbantott a PlayStation konzollal. Ez a megoldás volt az első széles körben elterjedt modell, mely már CD alapú tárolással váltotta fel a költséges cartridgeket – és tették egyszerűbbé az illegális játékterjesztést. A siker kulcsa leginkább a döbbenetes mértékű és minőségű játékokban keresendő.

A kihívóból piacvezető lett, a másik két Japán cég pedig megpróbálta visszaszerezni pozícióját. A Nintendo játékban maradt mind a mai napig, viszont a



3. ábra - Playstation

SEGA produkálta a konzoltörténelem legfurcsább bukását. 1999-ben piacra dobott Dreamcast játékgépe a megjelenéskor minden létező rekordot megdöntött – az első 24 óra alatt az USA-ban 225.000 darabot adtak el, 2 hét alatt pedig több mint 500.000 talált gazdára. Furcsamódon pont a magas kereslet és az ebből eredő hardverhiány eredményezte, hogy a SEGA utolsó konzolja megbukott.

A két Japán azonban 2001-ben újabb kihívót kapott a szoftveróriás Microsoft személyében. A Sony addigra már túl volt a világ eddigi legsikeresebb videojáték konzoljának megalkotásán és bevezetésén. A piaci térnyerést nagyszerűen akadályozó politikájuk – melynek keretében kizárólagos szerződéseket írtak alá a legnagyobb vezető szoftverfejlesztőkkel és a jelentős címekre vonatkozóan – nagyban nehezített a redmondi cég helyzetén.

A következő generációs konzolok a jelen pillanatban is forgalomban lévőek. Mivel a dolgozat fókuszát e készülékek képzik, egy külön fejezet foglalkozik velük a későbbiek folyamán.

2.3. Kiállítások

Az iparban meghatározó jelentőségre tettek szert a kiállítások. A legjelentősebb eseményeket érdemes néhány mondatban áttekinteni, mivel ezeken a rendezvényeken jelentik be először a készülő új hardvereket valamint a hozzájuk tartozó fejlesztés alatt álló új programokat is itt tekintheti meg először a sajtó és a felhasználók. A játékiparban az USA, Japán és Európa képez megjelenés és fejlesztés szempontjából elkülönített területet, ezért mindhárom részből szót ejtünk a legfontosabb eseményről, valamint egy nem felhasználói oldalról közelítő rendezvényről, a Game Developers Conference-ről és két, videojátékokon túlmutató eseményről a Consumer Electronics Show-ról és a CeBIT-ről.

2.3.1. Electronic Entertainment Expo – E3^{11,12}



4. ábra - E3 logo

Az 1995 óta megrendezésre kerülő esemény 2006-ig publikus formában került megtartásra a Los Angeles-i Los Angeles Convention Centerben. A látogatottság átlagosan a 60.000 főt is meghaladta, de az utolsó években egyre csökkent az érdeklődés, sorozatossá vált, hogy egyes nagy cégek a vásár időpontját megelőzően vagy az esemény alatt, a kiállító centeren kívül, különálló, meghívásos rendezvényeken mutatták be új fejlesztéseiket. Így 2007-től a kapuk csak a sajtó és az ipar regisztrált képviselői számára maradtak nyitva, a vásár helyszíne Santa Monica lett és a rendezvény nevét is módosították E3 Media and Business Summit-ra. Az utolsó két alkalomra 3000-5000 közötti meghívót postáztak a regisztrált meghívottaknak. A vélemények egybehangzóak a tekintetben, hogy az esemény a korlátozottság miatt elveszítette régi csillogását, nem képes fenntartani a szakma érdeklődését sem ebben a

¹¹ Riendeau, Danielle : *A Brief History of E3*

http://www.gwn.com/articles/article.php/id/921/p/3/title/A_Brief_History_of_E3.html, 2009. január 20.

¹² Wikipedia: *History of E3*

http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_E3, 2009. január 27.

formában. Ezek után nem meglepő az idei évre vonatkozó sajtóközlemény, mely szerint az E3 ismét publikus formában kerül megrendezésre a 2009-es évben.

A kiállítás szervezője az Entertainment Software Association. A rendezvény nagyságát jelzi, hogy a szaksajtó által év végén kiosztott „game of the year” díjak mellett az E3 keretében osztott elismerések a legmeghatározóbbak és a legtöbbre értékelték. A show nagyságát jellemzi, hogy olyan bejelentéseknek adott otthont, mint 1995-ben a Playstation beharangozása, a Nintendo az utolsó 3 generációját szintén a kiállítás alatt mutatta meg a nagyérdeműnek, de itt mutatták be például a korszakalkotó Epic MegaGames által megalkotott Unreal Engine-t, a Final Fantasy VII-t vagy a Half-Life-ot.

Az amerikai kiállítás népszerűségét jelzi, hogy a G4 videojátékokkal foglalkozó amerikai kábelcsatorna 2005 óta folyamatos napi kapcsolással jelentkezik a rendezvényről.

2.3.2. Tokyo Game Show¹³

A Japánban megrendezésre kerülő esemény 1996 óta várja a látogatókat, eleinte évi 2 eseményt rendeztek, majd az ésszerűsítés hatására kizárólag ősszel tartják a 4 napos rendezvényt. Az első két nap zártkörű, szakmai esemény, a második két napon viszont bárki jegyet válthat rá. Jellemző a rendezvény nagyságára, hogy 2004-ben 117 különböző kiállító több mint 500 terméket mutatott be a kiállítás 160.000 érdeklődőjének.¹⁴ A látogatók száma 2008-ban elérte a 194.000 főt.¹⁵ A show több szempontból is pikáns a szakmai oldalról. Egyrészt a hazai pályán tradicionálisan távol marad a Nintendo a rendezvényről, másrészt a Japánban hagyományosan gyengén teljesítő Microsoft mindent megragad, hogy elnyerje a szigetországi vásárlók figyelmét és bizalmát, harmadrészt a Japánok nagyágyúja, a Sony erre a rendezvényre tartogatja az aktuális év ütőkártyáit. A többi kiállításhoz hasonlóan a bemutatókon kívül a szakma meghatározó alakjai által tartott előadásokon is részt vehet a közönség. Érdekesség továbbá a show szempontjából, hogy a szigetországban általában a hazai fejlesztésű

¹³ Wikipedia : *Tokyo Game Show*

http://en.wikipedia.org/wiki/Tokyo_Game_Show, 2009. január 29.

¹⁴ Nikkei Business Publications, Inc. : *TOKYO GAME SHOW 2004 REPORT*

<http://tgs.cesa.or.jp/2004/english/0927.htm>, 2009. január 28.

¹⁵ Nikkei Business Publications, Inc. : *Post-event report on the Tokyo Game Show 2008*

<http://expo.nikkeibp.co.jp/tgs/2008/english/exhibition/1017.html>, 2009. január 28.

programok és hardverek legalább fél évvel a többi terület előtt megvásárolhatók, illetve ezek körülbelül 50%-a nem kerül ki a Japán NTSC szabvány területein kívülre.

Bejelentések közül az utóbbi időkben a legkiemelkedőbb 2005-ben a Playstation 3 fejlesztői környezetben bemutatott Metal Gear Solid 4: Guns of the Patriots demója volt. Ez volt az első program, ami nyilvánosan demonstrálta a Sony konzol képességeit. Itt jelentette be a japán cég 2 évvel később az újgenerációs konzolt irányító DualShock3 rendszert, valamint a hordozható PlayStation Portable-höz kifejlesztett PlayStation Store online szolgáltatást. Tervben volt továbbá a Sony-nál, hogy itt lesz először kipróbálható a Microsoft X-box Live szolgáltatásának ellenfeléül készített PlayStation Home, de a rendszert végül csak a 2008-as év végén tudták prezentálni.¹⁶

2.3.3. Games Convention¹⁷

2002 óta Európa is megkapta saját rendezvényét, melyet a németországi Lipcsében tartanak. A kiállítás a videojátékokon túl foglalkozik az Infotainment és Edutainment megoldások bemutatásával, népszerűsítésével is. Gyors növekedés és hatalmas szakmai érdeklődés jellemzi az eseményt, mely minden korosztály számára nyitva áll. 2002-ben 166 kiállítóval, 30.000 m²-en indult a rendezvény, melyre 4 nap alatt nagyjából 80.000 ember látogatott ki. 2008-ra 547 kiállító termékeit nézhette meg a kilátogató 203.000 ember, 115.000m² alapterületen. A sikerre jellemző, hogy 2007-ben megszületett a show ázsiai testvére, melyet Szingapúrban tartottak Games Convention Asia néven és úgy tűnt az első alkalom után, hogy az ázsiai piacnak igénye van egy a Tokio Game Show-hoz hasonló nagyságrendű éves rendezvényre.

Ez európai rendezvény a sikerek ellenére is megszűnni látszik, mivel 2008-ban a BIU nevű szervezet - mely a Nintendo-n, Sony-n és Microsofton kívül további 9 az iparban tevékenykedő céget tömörít – kihátrált a kiállítás mögül, mely így nagymértékben lecsökkent érdeklődésre tarthat csak számot. Jelen állás szerint 2009-ben Games Convention Online névvel egy más tematikájú program kap helyet a Lipcsei kiállítócsarnokban. A szervezők a növekvő online játékok iránti igény miatt úgy látják az ipar ezen kisebb szegmense is elegendő érdeklődést generál egy saját kiállításához.

¹⁶ Gyurkity, Péter : *Indul a PlayStation Home*

http://www.sg.hu/cikkek/64472/indul_a_playstation_home, 2009. január 29.

¹⁷ Wikipedia : *Games Convention*

http://en.wikipedia.org/wiki/Games_Convention, 2009. január 28.

Az időponton kívül azonban további, nagyságra, kiállítók számára vonatkozó részletek még nem láttak napvilágot.¹⁸

A kiállítás érdekessége, hogy a szokások szerint az első nap végén szimfonikus zenekar ad koncertet a legismertebb játékszere-komponisták műveiből. Ez a kezdeményezés egyedülálló a világon.¹⁹

2.3.4. Game Developers Conference²⁰

A GDC a legismertebb, szakmának szóló rendezvény. 1988-ban az egyik legismertebb játékkervező, Chris Crawford kaliforniai házában nappalijában gyűltek össze 27-en a játékiparból. A konferencia olyannyira sikeresnek bizonyult, hogy már ugyanabban az évben tartottak egy nagyobb volumenű, kb. 150 fős eseményt. 2005-re a rendezvény átlépte a 10.000-es látogatottságot, az eddigi utolsó programon 2008-ban 18.000-en vettek részt.²¹ Hosszabb-rövidebb ideig különböző társprogramokat is tartottak a rendezvényen, ilyen például az Independent Game Festival, mely 1999-ben került a show programjában. Ennek keretében a független játékkészítők alkotásait díjazzák több kategóriában. A díj pénzjutalmat is tartalmaz, a főkategória első helye 20.000\$-t ér. 1997 és 1999 között Spotlight Award néven díjakat is osztottak a rendezvényen 28 kategóriában, ezt 2 év szünet után a Game Developers Choice Awards váltotta. Azóta ez a rendezvény hivatalos díja melyet 10 + 4 kategóriában adnak át a show ideje alatt. A díj érdekessége, hogy ez az iparág egyetlen elismerése, melyre bárki nevezheti alkotását, aki tagja az International Game Developers Association-nek (IGDA). Az IGDA a rendezvény keretein belül tartja meg szokásos éves találkozóját is. A fesztivál programjának összeállításánál fokozott figyelemmel kísérik az iparági trendeket, így a mobil-játékok elterjedése kapcsán, 2002-től „GDC Mobile” néven saját eseményt kaptak a kiállításon.

¹⁸ Spiegel Online : *Leipziger Messe – Games Convention setzt auf Onlinespiele*
<http://www.spiegel.de/netzwelt/spielzeug/0,1518,604284,00.html>, 2009. február 4.

¹⁹ Symphonic Game Music Concerts – *The Concerts*
<http://www.vgmconcerts.com/main.php?section=about&lang=english>, 2009. január 27.

²⁰ Wikipedia : *Game Developers Conference*
http://en.wikipedia.org/wiki/Game_Developers_Conference, 2009. január 27.

²¹ Brightman, James : *GDC 2008 Breaks Attendance Record with Over 18k*
<http://www.gamedaily.com/articles/news/gdc-2008-breaks-attendance-record-with-over-18k>, 2009. január 26.

2.3.5. European Computer Trade Show²²

Az 1988-tól Londonban tartott rendezvény az E3-mal azonos szinten képviselte a videojáték ipart Európában. A show médiaorientált megvalósítású volt, civil látogatók csak hamis újságírói akkreditációval tudtak bejutni a rendezvényre. Ezen kiállításon is kísérletet tettek az évente kétszeri megrendezésre 1992 és 1996 között, azonban itt is kudarcot vallottak, így áttértek a Szeptemberi időpontra. 2001-től 2004-ig a kiállítás keretein belül rendezték a Game Developers Conference Europe (GDCE) rendezvényt. 2004-től a GDCE a Game Stars Live kiállítást választotta helyszínéül. 2005-ben bejelentették, hogy a rendezvény 17 év után nem kerül többet megrendezésre. A következő három évben a Games Convention vette át a rendezvény szerepét Európában, azonban ennek megszűnése után kérdéses, hogy mutatkozik-e igény egy újabb jelentős európai szakkiállításra?

Befejezésül néhány mondatban érdemes megvizsgálni a legnagyobb szélesebbkörű kiállítást, melyen szintén képviseltetik magukat az iparág legjelentősebb cégei.

2.3.6. International Consumer Electronics Show (CES)²³

Minden év januárjában kerül megrendezésre Las Vegas-ban, 1967 óta. A legutolsó rendezvény látogatottsága 140.000 fő körül volt. 1994-ig téli-nyári rendszerben került lebonyolításra, a nyári Chicago-i kiállítás látogatottsága visszaesett a 90-es évek elején, így csak a továbbra is sikeres Las Vegas-i show került megtartásra a továbbiakban. A rendezvény fókuszát a szórakoztató elektronikai újdonságok képzik, itt mutatta be a Samsung 2005-ben a 2.6m plazmatévét²⁴ és ide időzíti a Microsoft nem konzolokkal kapcsolatos fejlesztéseinek bemutatását.

²² Thorsen, Tor : *Spot On: ECTS vs EGN—Showdown in London*
<http://www.gamespot.com/news/6106545.html>, 2009. január 30.

²³ Wikipedia : *Consumer Electronics Show*
http://en.wikipedia.org/wiki/Consumer_Electronics_Show, 2009. január 28.

²⁴ Spooner, John G. : *Samsung's big-screen plans for CES*
http://news.cnet.com/Samsungs-big-screen-plans-for-CES/2100-7353_3-5514076.html, 2009. január 28.

3. Az újgenerációs konzolok

3.1. Aktuális piaci helyzet

Az aktuális versenyt sokáig úgy tűnt a Microsoft nyeri, egy nagyon egyszerű üzleti húzással, nevezetesen saját konzolját, az XBOX 360-t egy évvel vetélytársai előtt (2005. november) vezette be a piacra. Jelen pillanatban 31 millió eladott darabnál jár²⁵ – összehasonlításképp Sony PS2-ből 7 év alatt 118 millió darabot adtak el és még 2008-ban is a legtöbb játékidővel büszkélkedő konzol volt a piacon²⁶. A 2006-ban kiadott Playstation3-ból ez idáig 23,7 milliót adtak el világszerte²⁷. A Sony konzollal egy időben érkezett a „sötét ló” a Nintendo Wii alakjában. A mozgásérzékelő irányítóval felszerelt készülék – mint az eladásokból is látszik – a legjobb célközönséget találta meg. A piac legnagyobb tapasztalattal rendelkező cége hatalmas olyan embertömeget vont be a videojátékba, akik eddig különböző oknál fogva nem voltak a megcélzott vásárlók között (pl.: nyugdíjasok, technikailag alulképzettek). Ebből a gépből eddig 56,14 millió fogyott világszerte.²⁸ Az eladásokat az alapján érdemes értékelni, hogy az Xbox360 a két rivális piacra lépése előtt 10 millió darabban kelt el. A jelenlegi eladások azt mutatják, hogy ezt figyelembe véve, az Xbox360 második helye erősen megkérdőjelezhető, hiszen a különbség a rivális Sony termékhez képest az idők folyamán 7,3 millióra csökkent.

Új trend a piacon, hogy a gyártók folyamatosan cserélik a piacon lévő különböző modell-változatokat. A Playstation3 jelenleg új vékonyabb kivitelével a 4. generációnál jár. A megjelenéskor a Sony rossz taktikájának köszönhetően jelentkezett egy teljes értékű modellel - melyben nagy háttértároló, vezeték nélküli hálózati adapter és kártyaolvasó volt –, valamint a kisebb pénzü vásárlók megnyerése érdekében egy olyan alapmodellel, mely ezeket a szolgáltatásokat nélkülözte, tárolókapacitása is alacsonyabb volt. Rövid idő alatt kiderült, hogy a minimális árkülönbség miatt a piacnak nincsen

²⁵ Thorsen, Tor : \$299 Xbox 360 Elite official, Pro 'phased out'

http://www.gamespot.com/news/6216343.html?tag=recent_news;title;5, 2009. szeptember 17.

²⁶ Modine, Austin : *PS2 the most played console of 2008*

http://www.theregister.co.uk/2009/01/05/ps2_most_played_2008_nielson_yearly_roundup/, 2009. január 29.

²⁷ Bramwell, Tom : SCEE PS3 sales more than 10 million - <http://www.eurogamer.net/articles/scee-ps3-sales-more-than-10-million> - 2009. szeptember 17.

²⁸ Nintendo Co., Ltd. : *Consolidated Financial Highlights, October 29, 2009*

igénye egy lebutított szórakoztatóeszközzé, ha nem sokkal drágábban megveheti a teljes értékű változatot. Ahogy a Sony egyre jobban megismerte az igényeket, úgy változott a gépek specifikációja is, előbb a háttértárolók méretét növelték, majd az alacsony igények és technikai gondok miatt elvetették a Playstation2-vel való kompatibilitást – e játékok kompatibilis verziói online beszerezhetőek a Sony áruházában -, majd felére csökkent az USB csatlók száma. A legújabb generáció esetén a frissítés a Sony régi konzoljainál is megszokott időközi méretcsökkentés volt. A Playstation3 eredetileg meglehetősen nagy helyet követelt magának a TV mellett, ezt sikerült egy általános lejártszóhoz közelítő méretre csökkenteni, emellett a merevlemez kapacitását az Xbox360 prémium kategóriás csomagjainak megfelelő szintre emelték. Jelenleg kizárólag a két féle Slim modellt állítja elő a Sony gyártósora.

A Microsoft szintén két változattal próbálta kezdetben meghódítani a vásárlókat. Az olcsóbbik darabra tökéletesen illik a „fapados” jelző. A csomagban mindössze vezetékes irányító, az RGB-kábel – mely nem alkalmas nagyfelbontású kép megjelenítésére – és a HDMI csatlakozó nélküli alapgép kaptak helyet. A második változat már egy újgenerációs konzolhoz méltó tartalommal bírt, vezeték nélküli irányító, headset, valamint nagyfelbontású digitális kép átvitelét biztosító kábellel a csomagban érkezett. Háttértárolója 20Gb adatot volt képes megőrizni. A 20Gb-os változatot később felváltotta egy 60Gb-os merevlemezrel felszerelt modell, melynek mai napig a piacon van. Az alap változat szintén kapott egy utódot, melyben az irányítót a kor elvárásainak megfelelően vezeték nélküli cserélték, valamint a Live rendszer legnagyobb frissítését követően – a szükséges tárolás miatt – 512Mb memóriát is kapott. A felső kategóriában „elite” néven került forgalomba egy maximálisan felszerelt csomagolás 120Gb háttértárral, majd 2009. október végén egy két irányítóval és 250Gb-al felvértezett „super-elite”. A legnagyobb felszereltségű gépek az egyértelmű riválisa a Sony Playstation3 konzoljának.

Mindkét gyártó esetében elmondható, hogy a csomagolások tartalmán túl időről-időre a konzolok alkatrészei is változnak. A generáció piacra kerülését követően folyamatos fejlesztések zajlanak a résztvevőknél, hogy az aktuális konzol a lehető legjobb minőségű, legnagyobb teljesítményű és legmegbízhatóbb alkatrészekből álljon. Ennek kapcsán esett át többek közt cserén az alaplap, a videó vezérlő, valamint a hűtések a készülékekben.

Az új vásárlókat mindkét oldal egyre alacsonyabb árral próbálja a piacra beléptetni. A Sony az első időkben gyártási ár alatt értékesítette gépét, a veszteséget pedig a játékeladásokból tervezte pótolni a gyors térnyerés érdekében. A piac reagálási sebességét jól jelzi, hogy az egyik fél árcsökkentésére a másik oldal általában néhány héten belül hasonló intézkedéssel válaszol.

A különböző változatban csomagolt gépeket általában a hozzájuk csomagolt teljes játékokkal, kiegészítőkkel próbálják még vonzóbbá tenni a vásárlók számára, a differenciálást a Microsoft esetében a különböző változatok eltérő színe is segíti.

A piac harmadik szereplője a Nintendo a kezdetek óta ugyanolyan készülékkel szerepel, a változtatás kizárólag a csomagolt játékban található. Ezek közül néhány cím saját limitált kiadást kapott, mely a megszokottól eltérő gépszínt eredményez.

3.2. Az újgenerációs konzolok és az internet

Az újgenerációs konzolok között mindről elmondható, hogy az eddig szokványostól eltérően több különféle csomagban láttak napvilágot. A változatok mindegyike képes kapcsolódni a világhálóra az összes konzoltípus esetében. A megoldásokban eltérés mutatkozik. A technikai háttér alapján leggyengébb konzol a Nintendo Wii gépe tartalmaz vezeték nélküli és vezetékes kapcsolati opciókat, ugyanígy a Sony gyár Playstation 3 konzolja is, a sorban a kivételt az Xbox360 jelenti, mivel alapállapotában csak kábeles kapcsolatra alkalmas. Megoldást kínálnak a piacon a vezeték nélküli kapcsolatra is.

3.2.1. Csatlakozás

Az internet elérését a lehető legteljesebb mértékig leegyszerűsítették, annak érdekében, hogy minden korcsoport maximálisan képes legyen élvezni a gépekben rejlő lehetőségeket, bármilyen technikai előképzettség nélkül. A gépek menüje közel 100%-ig testre szabható, minden apró részlet beállítható, módosítható a felhasználók számára. Nyilvánvaló, hogy minden gyártó differenciálni próbálja saját termékét a versenytársakétól, ebből adódik, hogy a 3 konzol menüje teljesen eltérő.

A Nintendo abban látta az egyszerűség és a hatékonyság legteljesebb ötvözetét, ha a lehetőségekhez mérten minél több dolog érhető el a főképernyőről. A kép leginkább egy mobiltelefon menüjére emlékeztetheti a felhasználókat, minden alapprogram, beállítás és a



5. ábra - Wii menü

feltelepített további programok is a főképernyőn jelennek meg, egy-egy kis kép formájában. A szokottnál több menüpont azért érhető a gép esetében, mivel a hozzá tartozó irányítóval azonnal a kívánt helyre irányíthatjuk a választómezőt, nem kell karok segítségével lépkedni.

A Playstation 3 esetében egy máshol már bizonyított felépítést adoptáltak a készülékhez. A Sony kézi konzoljában, a PSP-ben találkozhatott a felhasználó a megoldással, ott sikeresnek bizonyult a kategóriák szerint vízszintesen elrendezés, mely kategóriákhoz tartozó alegységek ezekből függőlegesen nyílnak le. Az egységes kialakítás lényegében nullára redukálja a tanulási folyamatot olyan felhasználó számára, aki a cég másik terméke után -, esetleg mellett - választotta az újgeneráció képviselő közül a Sony konzolját. Emellett az egységes arculat sosem jelent hátrányt egy piaci szereplő számára. Véleményem szerint a pozitívumok ellenére ez a megoldás nem tükrözi első pillantásra azt a nagyságrendű erőforrástöbbletet, mellyel a PS3 megelőzi vetélytársait. A menü részben a kisméretű PSP képernyő méretkorlátai miatt, a jobb áttekinthetőség érdekében készült az puritán egyszerűség jegyében, azonban egy olyan konzol esetén, melyet jórészt 80cm és efölötti képátlójú, nagyfelbontású megjelenítőkön keresztül élveznek a játékosok, nem biztos, hogy a kevesebb több.

A Microsoft üdvöskéje, az Xbox360 Dashboard névre keresztelt menürendszere a redmondi cég többi szoftvere esetében divatos irányt követi. Ahogy a Windows új verziójánál és például a friss Office csomagnál is látható az utóbbi időben nagy hangsúlyt fektetnek a megjelenítésre. A menürendszer alapjaiban a Playstationnél látható megoldás elfordítva. A kategóriák kerültek az „y”, míg az alpontok az „x” tengelyre. A látvány azonban nem szokványos, szintúgy a kategóriák sem. A kialakítás mintegy buzdítja a felhasználót, hogy mindig kapcsolódjon a Live szolgáltatáshoz. A

„What’s hot”, valamint a kategóriánként legalább háromszor szereplő „Latest” és „New” szavak azt szuggerálják az egyszeri emberbe, hogy nagyon gyorsan le fog csúszni valamiről, ami számára nagyon érdekes lehet, ha nem tudja elérni a szolgáltatást. A főmenünek titulálható „My Xbox” sávon található lényegében minden, ami nem az online felülethez lett



6. ábra - Xbox360 menü

kialakítva. Itt érhető el a gépnek minden beállítása, a tálcában lévő program, valamint minden egyéb a háttértáron lévő adat is elérhető innen maximum 3 gombnyomásból.

Végül néhány apróság, amely mindhárom gép esetében egyforma. Az újgeneráció minden képviselője profilokat használ a felhasználók elkülönítésére a gépeken, így nem lehet gond a játékmentések, letöltések összemosódásával. Az online környezetben elterjedt avatarok használata is részét képezi a profiloknak, minden konzol esetében felhasználónév-avatar-kép triumvirátus jeleníti meg a felhasználót. A másik újítás, hogy az irányítók mindegyikén helyet kapott egy gomb, mely különféle piktogramokkal, de ugyanolyan céllal került oda. A Nintendo esetén Home gomb, egy ház képével, a PS3 esetén a Playstation „P” logója, az Xbox360-nál pedig az Xbox „X” jele ad lehetőséget a felhasználónak, hogy egy gombnyomással elérje a legfontosabb beállításokat, visszatérhessen a főmenübe vagy ellenőrizze az irányító töltéskijelzőjét. A gomb használata elkerülhetetlen lett ezekben a gépekben, mivel most már nem csak a tálcában lévő lemez az, amely kulcsszerepet tölt be a játékos életében, hanem mindaz a multimédiás tartalom és lehetőség, mely a gép menüjéből érhető el.

3.2.2. Használat

Az XBOX360 menüje kapcsán szó esett arról, hogy a tartalmak jelentős hányada csak hálózathoz kapcsolódva válik relevánssá a felhasználók számára. Most vizsgáljuk meg röviden, hogy általában és a gépeknél külön-külön mit is takar az internetes kapcsolat, jár-e költségekkel a használójára nézve, be kell-e szerezni bármit, ami nem alapfelszereltség a gépek esetén?

Az internetezés teljes szabadsága, azaz egy otthoni szörfözésre fenntartott PC kiváltására szinte teljesen lehetőség van a Nintendo és a Sony termékének

használatával. Ennek legfőbb oka, hogy tartalmaznak beépített böngészőt ellentétben az Xbox-szal. A PS3 esetében továbbá lehetséges - a PS2-nél tapasztalttal hasonlóan - linux operációsrendszer telepítésére. Ez a képzeletbeli dobogó első helyére emeli képességei alapján a Playstation3-t, ha az otthoni szabadidős internethasználatról kell dönteni. A Wii esetében a hozzá letölthető Opera böngésző is szinte hasonló képességekkel kecsegtet, itt a szűk keresztmetszett a kis méretű tárhely (512Mb, szemben a PS3-ban a legkisebb modell is 20Gb tárhelyet kapott). Kérdés, hogy jó döntés volt-e a Microsofttól, hogy nem építettek semmilyen böngészőt saját konzoljukba? A gépen csak az online szolgáltatásuk, a Live keretein belül elérhető tartalmak tekinthetők meg, weboldalak megnyitására nincs lehetőség. Az internetes oldalak nyilvánvalóan két periféria használatára vannak optimalizálva: billentyűzet és egér. Ezeket kell valamilyen helyettesítő megoldással leképezni a kontrollerekkel rendelkező videojátékok esetében. A Wii esetében az egér-probléma megoldása kézenfekvő, a mozgásérzékelővel ellátott irányító szinte teljesen ki tudja váltani az egeret weboldalak böngészésénél. A billentyűzet helyettesítésére eddig azonban minden esetben csak kényszermegoldás született, a képernyőn felbukkanó „virtuális billentyűzet” a választókurzort az irányválasztó karokkal navigáljuk a kívánt betűhöz, majd érvényesítjük választásunkat a megfelelő gomb lenyomásával...és máris megvan egy betű. Nem kell egy ilyen megoldást különösen hosszú ideig használni, hogy kiderüljön ez még nem az, ami igazán képes felvenni a versenyt a személyi számítógépekkel. További probléma az új internetes szabványok, megoldások, kiegészítők megjelenésével, hogy a különböző plugineket nem optimalizálják ezekre a készülékekre, tehát elképzelhető, hogy közelébe sem érünk a teljes felhasználói élménynek. Az aktuális helyzetet alapul véve, véleményem, hogy nem lőtt mellé az Xbox360 fejlesztői gárdája, mikor kihagyták a megoldást a gép repertoárjából. Egy későbbi részben szó lesz arról, hogy azért ennek ellenére sincsen elvágva a felhasználó a világhálótól, legalábbis attól a résztől, mely napjainkban gyakorlatilag meghatározza kötelező napi internetes zárándokutunkat.

3.2.3. Online vásárlás

Visszakanyarodva a gépekhez és azok világhálóhoz kötődő szolgáltatásaihoz, érdemes jobban megvizsgálni, hogy a letölthető tartalmakhoz és információkhoz milyen csatornán keresztül fér hozzá az egyszeri játékos. Egy ilyen mérföldkő lefektetés minden cég esetében magával hozza a hangzatos megnevezéseket, a differenciálást ezen

a területen is. A felállás a következő: a Nintendo esetében a gép a különböző funkciókhoz „csatornákat” (channels) használ, így vásárlásainkat a „Shopping Channel” névre keresztelt megoldáson keresztül realizálhatjuk. A szintén a Playstation esetében már egy egész bolt (Playstation Store), míg a Microsoft voksát a jóval szerteágazóbb lehetőségeket sejtető piactér (Xbox Live Marketplace) névre tette.

Általában elmondható, hogy ami színes, szagos, szélesvásznú, azért az élet legtöbb területén fizetni kell. Természetesen nincs ez másként a konzolok esetében sem. A tartalmak egy része elérhető fizetés nélkül, de az igazán izgalmasakon már árcímke lóg.

A szereplő általában két módszert kínálnak a fizetésre: Egyrészt a pre-paid módszer alkalmazását látták a megfelelőnek, feltehetően mivel, ha az ember megvette, kifizette kénytelen lesz elkölteni. Másik oka pedig, hogy a nem támogatott területeken is kaphatóak, tehát a nem teljes jogú felhasználóknak is megvan a lehetőségük a pénzük felhasználására. Akárcsak a mobiltelefon feltöltő kártyák esetén itt többféle szabványos összeg közül választhatunk, mely összegek nem valós pénzben, hanem a Wii esetén Nintendo Pontok formájában, az Xbox360 esetében Microsoft Pontok alakjában kerülnek felhasználónevünk mellé regisztrálásra megvétel esetén. A Playstation Store esetén a bankkártyás fizetés volt elfogadott, de a PSP Go! megjelenése és a rendszerbe történt integrálása óta már vásárolható előre fizetett megoldás is.

Címletek²⁹:

<i>Nintendo:</i>	1000 Pont – 4.990 forint
	2000 Pont – 7.990 forint
	3000 Pont – 10.990 forint
<i>Microsoft:</i>	800 Pont – 3.990 forint
	2100 Pont – 7.990 forint
	4200 Pont – 13.990 forint
<i>Sony:</i>	20GBP – 6.990 forint
	50GBP – 15.990 forint

²⁹ A KonzolStúdió – 1092, Budapest, Kinizsi utca 21-25 – 2009. október 29-én érvényes árlistája alapján

Szinte meg sem lepődik az ember azon, hogy ezek az összegek úgy vannak kitalálva minden esetben, hogy a legkisebb egység vásárlása egy termék megvételéhez túl soknak, kettő vásárlásához viszont túl kevésnek bizonyuljon.

A nem valós pénzegységek használatának hatását a kérdőív kérdéseinek egy részével kívánom majd vizsgálni. Elöljáróban annyit, hogy ez a módszer valószínűleg nagyban befolyásolja a rendszereken keresztül elköltött pénz mennyiségét. Az emberek pontok esetében hajlamosak felületesen, nagyvonalakban átgondolni a vásárolt termék valódi értékét, illetve a kívánt termék megvásárlását követően a maradék pontokkal úgy eljárni, mint azt legtöbbünk teszi a pénztárcájában lapuló aprók esetében.

A letölthető, megvásárolható termékinálatról részletesen csak az Xbox360 kapcsán lesz szó. Általánosan elmondható, hogy jelentős részt képeznek a palettán az „aprópénzért” vagy ingyen megszerezhető, kizárólag a rendszer kulcsínét befolyásoló különböző avatar figurák és az azokhoz tartozó kiegészítők, a ruházattól a hajviseleten át. Valamint, hogy egyik cég sem kér pénz játékdemók letöltéséért.

3.2.4. Többjátékos mód

A konzolok egyik legnagyobb ereje megjelenésük óta a többjátékos módban van. Már az első gépeknél is volt lehetőség olyan elosztók megvásárlására, mely lehetőséget adott akár 4 vagy annál is több játékos egyidejű játékára a TV előtt. A szélessávú internet terjedésének, valamint a cégek azon erőfeszítésének köszönhetően, hogy egy teljes körű támogatással ellátott online színteret adnak a vásárlónak ez a helyzet kissé átalakult a hetedik generációs konzolok esetén.

A Wii pozicionálásának, célközönségének következtében nem tér el számottevően a régi éra alatt bevált rendszertől, már a géphez kapott játéksomag tartalma is játszható egy gépen akár négy játékos számára. A további címek is túlnyomó többségében az egész család – lehetőség szerint egyidejű – szórakozását próbálja szolgálni. Jól szemlélteti a törekvést a Mario Party aktuális része, mely egy konzol-alapú társasjáték, egyszerű kezeléssel és a családi társasjátékozás hamisítatlan hangulatával a képernyőn keresztül. Jellemzően fogva a Nintendo konzoljánál a legkisebb az online többjátékos mód igénye és ezáltal annak megvalósítása is. Az egy helyiségben játszást erősíti az a lehetőség, hogy lehetősége van mindenkinek saját távirányítójában eltárolni otthoni avatarját, – a Wii esetében a Mii névre hallgatnak – majd ezeket a távirányító csatlakozásakor bármely ismerősüknél játszva használhatjuk.

A Sony és a Microsoft esetében azonban a változás a gépekkel játszva hamar szembeűnő. A játékok jelentős hányada nem kínál lehetőséget az osztott képernyős egymással vagy egymás ellen történő játéokra. Ellenben mindkét cég gépeire kiadott címek szinte mindegyik megadja a lehetőséget az online szintéren keresztül többjátékos módra.

Az ok két dologban keresendő. Érthető, hogy a vállalatok súlyos összegek elköltésével hozták létre a magas megbízhatóságú és magas rendelkezésre állású környezeteket, mindkét cég biztosít hozzájuk 24 órás ügyfélszolgálatot. Ezeket a költségeket vissza kell termelni. Bízhatnának a felhasználó döntésében, hogy felismeri a lehetőséget és amennyiben elégedett a kapott szolgáltatással önszántából él vele a továbbiakban, de egyszerűbb és biztosabb módja a használat kvázi kikényszerítése. Más lehetősége nem lévén a konzoltulajdonos előbb-utóbb beadja a derekát és elkezd használni a szolgáltatást. Amennyiben játékra használja, úgy valószínűleg megnézi annak további lehetőségeit, ami rövid idő alatt a fizetős szolgáltatásokon keresztül pénzt termel az adott cég számára.

A másik talán valamivel kevésbé jelentős ok, hogy a mindkét gép hatalmas technikai kvalitásai segítségével próbál hódítani. Akadozás mentesen olyan minőségű vizuális megjelenítést kínál a vásárlóknak, melyet hasonló összegű PC vásárlásakor nem tapasztalhatnak. Ennek azonban az az ára, hogy a képernyő felosztásakor csökkenteni kell a megjelenítés minőségén, tehát a játékos joggal gondolhatja, hogy nem ugyanazt az árut kapja ebben a környezetben, amit megszokott. Mivel a konzolokhoz egyidejűleg négy vezérlő csatlakoztatható, több kísérlet született a képernyő négy részre osztására, de ilyen esetekben a grafika butítása mellett is sokszor komoly akadozás volt tapasztalható, nem beszélve arról, hogy általában a gépi ellenfelek lehetőségének teljes hiányával is számolni kellett. A konzolgeneráció kezdetén voltak még jellemzőek a szokványos többjátékos megoldások, de a teljesítmény egyre jobb kihasználásával ezek lassan eltűntek a piacról a fent említett okok miatt. Mára zászlóvivőnek megmaradtak a sportjátékok és a verekedőjátékok, melyek az online lehetőségek ellenére sem képzelhetők el offline többjátékos mód nélkül, valamint elenyésző számban néhány autóverseny valamint első személyű lövöldözős (First-Person Shooter - FPS) játék, de ezek legtöbbször érezhető, hogy kényszermegoldásokról van szó.

Az online multiplayer terjedésével egy eddig csak minimális számban megjelenő új lehetőség bontogatja egyre jobban szárnyait. A kooperatív többjátékos mód lehetőséget

ad a cégeknek, hogy bizonyítsák a gépükben rejlő közösségformáló erőt. Mivel a játékosok számára biztosított a valósidejű hangátvitel, lehetőség nyílik a beszélgetésre, melyre nem csak játék közben van lehetőség, hanem az előszobákban (lobby) is. A játék során a résztvevők egymás segítségével oldják meg a felmerülő problémákat, sokszor bizonyos lehetőségek kizárólag együtt játszva jelennek meg a programokban.

A hálózati többjátékos mód elérése a két cégnél eltérő. Míg a Sony a gép megvásárlásával teljes körű elérést biztosít játékosai számára, hogy kiélvezzék a megvásárolt játékban rejlő lehetőségeket, azaz nem számol fel többletköltséget az interneten keresztül történő játékért, addig az Xbox360 esetén egy teljesen más rendszerrel találja magát szembe az, aki internetes játékokra adja a fejét. A Live szolgáltatás esetén két féle hozzáférési szintet különböztetnek meg. A mindenki számára ingyenes belépő szinten úgynevezett „Silver membership” tagságot kapunk. Ezzel a lehetőséggel elérhetők a hírek, információk és a videók jelentős hányada. A friss letöltések és videók egy ideig azonban kizárólag a magasabb besorolású „Gold membership” birtokosai számára hozzáférhetők. Valamint az arany szint szükséges ahhoz, hogy hálózati játékot indíthassunk, illetve csatlakozzunk egy játékba. A tagságért fizetni kell. A vásárlás előre fizetett kártyák segítségével történik. Az azokon lévő kóddal igazoljuk a vásárlás tényét és a rendszer azonnal hozzárendeli felhasználónkhoz az új szerepkört. Forgalomba kerültek 3 hónapos és 12 hónapos futamidőre szóló plastik lapok. A minél hosszabb időre szóló kártya vásárlását szorgalmazandó, minél hosszabb időre váltjuk meg, annál kevesebb pénzbe kerül 1 hónapnyi elérés. Ezzel a diszkontálással gyakorlatilag értelmét veszti a teljes évesnél rövidebb időszak vásárlása, mivel aránytalanul drága. Érdekesség, hogy az eléréseknek nincsen szabott ára, kereskedőtől függően változik, hogy mennyit kell fizetnünk érte. Ebből adódik az a helyzet, hogy míg az 576Kbyte üzleteiben 20.799 forintba került 12 hónap „gold membership”, addig a Konzol Studio szaküzletben ugyanezért csak 13.990 forintot kellett fizetni.

A szolgáltatás – most kizárólag a többjátékos mód! – fizetössé tétele a cég szempontjából kifizetődő, mivel csekély összeget kell kifizetni a játékosnak – az éves kártya esetében havi kb. 1200 forintot – viszont a közösség nagyságrendjéből adódóan ez is hatalmas bevételt jelent a Microsoft számára. A cég nem szívesen publikál pontos számokat a témáról, ami biztos, hogy 2009 januárjában a Live átlépte a 17 millió

felhasználás határt³⁰ - ebből sajnos nem derül ki, hogy hányan váltottak fizetőssé tagságot. A játékosok szempontjából érthető azonban, hogy nem szívesen fizetnek kétszer ugyanazért. Az általuk megvásárolt program ára már tartalmazza egyszer a többjátékos mód költségét és a Microsoft ugyanezért fizettet velük újra. A problémáról részletesen az Xbox Live-ot taglaló résznél foglalkozunk.

³⁰ Thorsen, Tor : 28 million Xbox 360 sold, 17 million on Xbox Live - <http://www.gamespot.com/news/6202733.html>, 2009. október 20.

4. Xbox Live

Az online lehetőségekben a videojáték történelem során először a SEGA látott fantáziát, ezért 6. generációs Dreamcast konzolját – az akkori viszonyok miatt – modemes csatlakozóval látta el, később elkészítették a szélessávú kapcsolatra alkalmas adaptert is gépükhöz. A probléma a hiányos támogatással és a megbízhatatlansággal volt. A kísérlet nem váltotta be a hozzáfűzött reményeket. A Dreamcast akkori kihívója a Sony Playstation 2 konzolja még nem tartalmazott beépített hálózati adaptert, az egy későbbi időpontban került forgalomba a géphez, kizárólag szélessávú kapcsolathoz. A Sony internetes megoldása sem hozott áttörést a konzolok hálózaton keresztüli összekötésében.

A Microsoft úgy látta, hogy a SEGA által tervezett irányvonal -, mely nem szorítkozott kizárólag a játszani vágyók összekapcsolására, hanem tartalmazott egy mai szemmel nézve erősen kezdetleges letöltő központot és online színteret – egy járható megoldás. Így az első generációs Xbox fejlesztésének egyik alappillére az online környezet kialakítása és a minőségi internetes többjátékos megoldások kifejlesztése lett. A redmondi cég rájött, hogy a lehetőségek legteljesebb kiaknázása érdekében el kell látniuk a gépet egy megfelelő méretű háttértárolóval is. A konzol 2001. november 15-én lett elérhető a nagyközönség számára, de a szolgáltatás fejlesztés alatt állt az időpontban. A „Live” nevet a 2002 E3 alkalmával kapta az akkor már gyakorlatilag teljesen kész megoldás, melyet egy akkori húzócím az Epic által fejlesztett Unreal Championship segítségével mutattak be a kiállításon. A Live végül az első évfordulón, 2002. november 15-én lett elérhető. Az induláskor csak néhány játék támogatta a szolgáltatást. A promóció érdekében egy figyelemfelhívó arany színű „Live support” felirat került minden olyan játékra, mely játszható volt az online színtéren keresztül. A csatlakozásért nem kellett térítést fizetniük a játékosoknak. A Live rendszer úttörőhöz képest nagyon jól vizsgázott, de az első generáció leginkább arra volt jó, hogy a folyamatos fejlesztések és több kör bétatesztelés után egy többé-kevésbé hibátlan Live rendszert nyújtson az Xbox360-ra történő átállást követően.

A Microsoft minden Xbox360 vásárlásához mellékel egy 1 hónapos „gold” előfizetést ingyenesen. A kódot kizárólag új fiók létrehozásánál lehet használni. A játékos a kapott kódot begépelve 30 nap erejéig élvezheti a mindenre kiterjedő hozzáférést az online szolgáltatáshoz. A rendszer használatához frissíteni kell a legutolsó verzióra. A

frissítések száma és a rendszert jellemző magas megbízhatóság és kiszolgálási sebesség miatt a letöltés nem okoz komoly fennakadást a konzol használatában.

4.1. Részletes áttekintés

A konzol főmenüje az első kapcsolódáskor tucatnyi új lehetőséggel bővül. Megjelenik a Game Marketplace és a Videó & Music Marketplace, ahol vásárlásokat bonyolíthatnak a felhasználók. Helyet kap a Friends menü, ahol internetes barátainkat követhetjük nyomon, valamint az Inside Xbox részben lehetőség nyílik különböző tippek-trükkök olvasására az aktuális játékokkal kapcsolatban. A My Xbox rész nem változik online állapotban sem. A menük megmaradnak offline állapotban is, csak tartalmuk nem elérhető. Minden pontban részletes beállítások alapján lehet szűrni a kívánt tartalom könnyű elérése érdekében. Arculatát tekintve tökéletesen viszi tovább a konzol főmenüjében megszokott irányítást és vizuális megjelenítést. Ez fontos szempont, mivel a kezdő felhasználók számára szinte teljesen eltűnteti a tanulási fázist a rendszer használatának elején. Az ingyenes 1 hónapos próbaidő elég tapasztalatot ad ahhoz, hogy a felhasználó ne érezze úgy, hogy mikor fizetésre kerül a sor az időszak leteltét követően, „zsákbamacskát” vásárol.

A dolgozat fókuszát a gép és a rendszer multimédiás képességei adják, így minden menüpontot és azok tartalmát részletesen áttekintjük:

4.1.1. Game Marketplace:

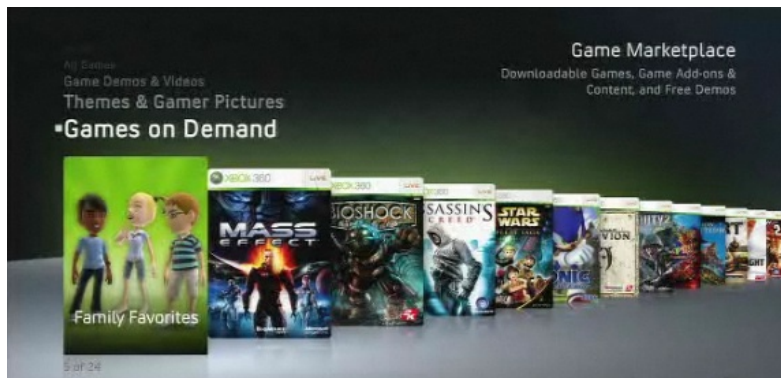
Mint azt a név is mutatja, ezen a helyen lehet beszerezni minden játékkal kapcsolatos letölthető tartalmat. Az idő előrehaladtával a kezdeti kiegészítők letöltése mellé előbb a játékdemók, majd a videók és képek, ezután pedig a teljes játékok – előbb az Xbox játékok Xbox360-ra portolt változatai, majd teljes Xbox360 játékok is – kerültek.

A letölthető demók alapállapotban megjelenési sorrendben vannak feltüntetve egy látványos képgalériában, de lehetőség van betűnkénti szűrésre vagy népszerűség szerinti rendezésre is. A tartalom letöltés esetén a gép tárhelyére kerül, onnan már kapcsolat nélküli állapotban is elérhető. Már ebben a pontban is találkozhatunk korlátozással, mivel a friss próbaverziókat minimum egy hétig kizárólag a magasabb hozzáféréssel rendelkezők tölthetik le.

A teljes játékok jelenleg 4 kategóriába oszthatók:

- Xbox játékok letöltése Xbox360 konzolra
- Budget kategóriás Xbox360 címek letöltése
- Avatar alapú játékok
- „Casual games”, „indie games”

A mára már retronak számító eredeti Xbox címek között kizárólag olyanok találhatók, melyek kimagasló eredményeket értek el a maguk idejében, általában egy bejáratott

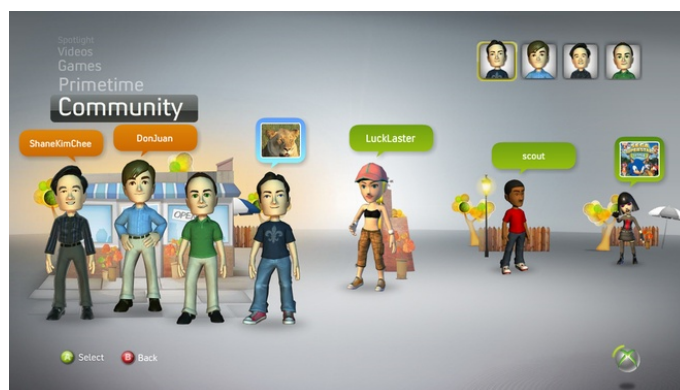


7. ábra - Game Marketplace

sorozat részei. A tartalmak a bolti ár körülbelül 40-70%-ért vásárolhatók meg online. Ezzel a megoldással a Microsoft olyan programokból képes folyamatos hasznot termelni – a fizetési modell miatt – részben magának, részben a játék kiadójának, melyek kifutó termék kategóriába sorolhatóak. Ezen játékokat szokványos elosztási csatornákon keresztül több év távlatában szinte lehetetlen értékesíteni. További sikertényező az, hogy a gyári lemezek részleges kompatibilitási problémákkal küzdenek az új generációs gépbe helyezve, mely problémákat a frissített online változatokból kiküszöbölték. A digitális értékesítés egy másik elvitathatatlan érdeme, hogy a hordozó nem roncsolódik fizikailag, tehát a vásárolt áru ugyanolyan minőségben hozzáférhető az idő előrehaladtával is. A budget kategóriában az előbbihez teljesen hasonló a helyzet, azzal a különbséggel, hogy ezek a címek a gép megjelenésével egy időben kerültek piacra, kifejezetten erre a konzolra készültek. Ezen termékek árainál a különbség kevésbé eltérő a bolti változathoz képest, viszont előnye, hogy 2-3 évvel a megjelenés után a programok hagyományos úton általában nehezen beszerezhetőek, itt viszont utánajárás nélkül kerülhet a vásárlóhoz.

Az avatar alapú játékok a Live rendszer legnagyobb ráncfelvarrását követően, a New Xbox Experience 2008.11.19-i megjelenése után indultak fejlődésnek. Az új rendszer

teljesen testre szabható karakterek elkészítését biztosítja a felhasználók számára.³¹ A felhasználó szívesen használja is az elkészített figurát, nem csak nézi azt. Ebben látott üzleti lehetőséget a cég és teret adott



8. ábra - Avatár a Live rendszerben

a fejlesztéseknek. Több tucat játék készült, melyben a játékos saját karaktere kapta a főszerepet. Ezek a címek célközönségükből és fejlesztési költségükből adódóan az egyszerűsége és a gyorsaságra törekednek. Jelentős százalékban valamilyen többszemélyes verseny vagy kvíz a téma, amiben összemérhetik tudásukat a felhasználók egymással. Ezen játékok legfőbb tulajdonságai felhasználói oldalról, hogy bárki számára néhány perc alatt megtanulhatóak és folyamatos interakciót biztosítanak a rendszerben szerzett barátaikkal. A lényeges tulajdonságok a cég szempontjából: a játékokat csak „gold” előfizetők élvezhetik, nem ingyenesek, nagy tömeget elérni képes reklámhordozók. Fejlesztési sebességüknél fogva a Microsoft újabb olyan területet tudhat magáénak, mely folyamatosan megújulni képes – tehát fenntartja a felhasználók érdeklődését – és eladhatónak bizonyul, ráadásul a pénzbevétel felhasználói és hirdetői oldalról is jelentkezik.

Az avatar játékok egy új színtere az Xbox Live Primetime, mely rendszerben a televízióból ismert vetélkedők Xbox-ra adaptált változatával szórakozhat a játékos. A programok hivatalos licenc alapján készülnek, teljes egészében a Tv-ben megszokott környezet köszön vissza a résztvevőkre. A rendszer jelenleg beta fázisban van, kizárólag az USA-ban és Kanadában elérhető. Első működő játéka a „100 az 1 ellen” műsor konzolosított változata.

A casual és indie játékok vizsgálatához a két fogalom elkülönítése, magyarázata a kiindulás. Az „indie” szó az angol „independence” rövidítése, jelentése független. Olyan játékok esetében használják a kifejezést, melyek fejlesztését néhány fő csoportok végzik jelentős anyagi támogatás nélkül, általában belső motivációtól vezérelve. Ez azonban nem azt jelenti, hogy a független játék kizárólag kétdimenziós,

³¹ McElroy, Justin : *Microsoft to open 'Avatar Store' next year*
<http://www.joystiq.com/2008/10/28/microsoft-to-open-avatar-store-next-year>, 2009. január 29.

néhány óra alatt összerakott program, hivatalos világversenyen is szerepel több olyan program, melyet független fejlesztők készítettek.

A casual típus az előző fordítottja. Célközönsége a „hétvégi” játékos, olyanok, akik néhány perces unaloműzés gyanánt ülnek csak le a számítógép elé játszani. Ezen programok jellemzője, hogy a teljes egyszerűsége törekednek, általában kétdimenziósak, a játék egy-egy szakasza hamar véget ér, hosszúsága akkora, hogy lehetőleg mentés nélkül végigjátszható legyen, leggyakrabban egyre nehezedő, de teljesen repetitív kihívás megoldását várja. Terjesztésük során két féle modell alakult ki, egy részüket a letölthető ingyenes változat mellett 5-20\$ közötti áron „deluxe” változatban lehet megvásárolni, mely általában kizárólag vizuális többlettartalmat jelent a felhasználónak, de a célközönség miatt egy működő irány. A másik lehetőség, hogy a készítő a játékban vagy annak töltése közben található reklámfelületeket értékesíti, innen termel bevételt. Szárnyait bontogatja egy újabb modell vagy annak lehetősége – ezt az idő dönti majd el. Ez a változat a közösségi adakozásra alapszik (www.kongregate.com). Lényege, hogy amennyiben a játékos elégedett lehetősége van egy jelképes összeg elhelyezésére a fejlesztő gyűjtőládájában, tipikusan 50c és 2\$ között mozog egy játékos adománya, de van lehetőség nagyobb összeg elhelyezésére is. A piacot a külön ilyen célból alakult fejlesztőstúdiók alkotják, a nagy cégek nem próbálnak meg szeletet hasítani az egyre növekvő tortából.

A fogalmi bevezető után nézzük meg, milyen szerep van ezeknek a játékoknak a Live rendszerben? A redmondi cég lehetőséget látott néhány fejlesztőben és a sikeres internetes, általában flash alapú játékokban. A cél bevonni a család azon tagjait is a Live használatába, akinek a modern játékok túlságosan komplexek, viszont rövid kísérletezés után rákapnak az egymás elleni küzdelem vagy csak általában a játék ízére. A cég fejlesztői környezetében egy elkészült játék átportolása a konzolos környezetbe néhány hét alatt véghezvihető. Ezzel a megoldással a vállalat sikeres kísérletet tett egy újabb piaci szegmens teremtésére az Xbox felhasználók körében.

Nem teljes játékok letöltése:

Ebbe a kategóriában kiemelkedő jelentőségűek a játékdemók, melyek online disztribúciójával sikerült kiküszöbölni a konzolok régi problémáját, nevesül hogy a játékok nem voltak elérhetőek fizetés nélküli kipróbálható formában, maximum egy-egy újság mellékletében szerepelt 3-4 cím egy lemezre zsúfolva. Marketing

szempontból nagyszerű lehetőség a fejlesztők előtt, hogy akár a végső változat elkészültét megelőzően közzétehetik próbaverziójukat, a visszajelzések alapján javíthatnak a művön, valamint a játékosok is felfokozott várakozással viseltetnek egy később megjelenő játék iránt a kipróbálást követően és ez az eladásokban is jelentkezik.

Ugyanezen kategóriát képviselik a fentebb tárgyalt casual játékok próbaváltozatai is. Ezek teljesen ingyenesen letölthető nagyon rövid játékszakaszt bemutató demók.

A nem teljes játékok közé sorolom azokat a budget kategóriás áron vásárolható programokat is, melyek egy-egy sikeres széria butított változatai online játékokra fejlesztve. Jó példa a Battlefield sorozathoz tartozó Battlefield 1943, mely grafikájában teljes mértékben megegyezik a teljes értékű változattal, de összesen 6 térképet és 3 harcos-osztályt kap a letöltő. A visszajelzések pozitívak, a játékosok ennél nem várnak többet ezért az összegért – 1200 Pont = 4400Ft.

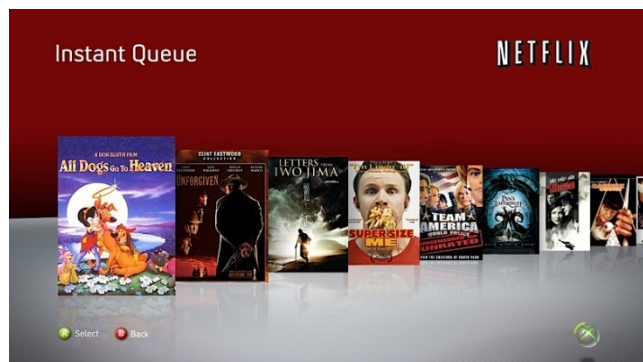
A Game Marketplace kialakításának dicséri, hogy a játék címét kiválasztva a rendszer megjeleníti az összes letöltési lehetőséget, a demótól a kiadott frissítéseken át és további letölthető extrákig. A felhasználók egyszerűen navigálhatnak a tartalmak között, valamint egyből szem előtt van, hogy ingyenes tartalomról vagy fizetős lehetőségről van szó. A térítéses letöltések két gombnyomással elérhetőek rendelkezésre álló egyenleg esetén. Az adott címhez kapcsolódó további lehetőségek is ugyanazon szintéren találhatók, a játékból kivett állóképeket a rendszer egyből megjeleníti a képernyőn, nincsen szükség a mentés-visszaolvasás folyamatára a játékosnak. A videók is stream technikával tekinthetők meg, tehát ezek esetében sem kell elhagyni a felületet a használatnak. A környezet kialakítása semmi kívánnivalót nem hagy maga után, átgondolt, 100%-ig a felhasználói élményre koncentráló megvalósítást kapunk.

4.1.2. Video & Music Marketplace:

A multimédiás élmény fokozása érdekében a cég lehetőséget biztosít a felhasználónak egy komplett zeneáruház böngészésére és az igény szerinti tartalom letöltésére. Elérhetőek teljes albumok, de választható egy-egy szám is. A teljesség érdekében az egyik rendszerfrissítés alkalmával a Microsoft teljesen kompatibilissé tette zenelejátszóját, a Zune-t az Xbox360-nal és annak minden háttértárolón tárolt adatával. Lehetségessé vált a megvásárolt zene átmásolása a hordozhatólejátszóra, így tényleg teljes értékű tartalomhoz jut a vásárló.

A Videó rendszer többféle terméket kínál. A vállalat leszerződött minden nagyobb amerikai filmstúdióval (Paramount, Disney, Warner Bros.), így a stúdiók által kínált filmek közül minden jelentősebb elérhető az Xbox360 video-on-demand szolgáltatásában. A videók mindegyike fizetős, használatuk kölcsönzési rendszer alapján történik. A kifizetett terméket legkésőbb 14 napon belül le kell tölteni és az első megtekintéstől számított 24 óra múlva törlődnek a merevlemezről. A kezdeti időszak sok problémát jelentett az amúgy jól működő Live rendszernek, mind az elszámolásokat illetően, mind pedig a kiszolgálás sebességéből adódóan. A hibákat mostanra orvosolták, a vásárló garantált nagy sebességgel juthat az áruhoz. Az internetes filmeladás sikerét igazolja, hogy a rendszerbe még be nem lépett stúdió folyamatos kapcsolatban állnak a Microsofttal egy esetleges együttműködés reményében.

A mozgókép kínálat itt még nem ér véget, köszönhetően a Tv csatornákkal aláírt megállapodásoknak. A Live rendszerben elérhető napjaink minden nagy népszerűségnek örvendő televíziós sorozata. Megállapodás köti a Microsofthoz többek között az MTV-t, a Comedy Central-t és a CBS-t. A sorozat epizódok megvásárlásával a letöltő birtokába kerül a videó, nem köti az előzőekben említett 14/24-es szabály a megtekintést. Ezen a területen jellemzőbb, hogy reklám oldalról is közelítenek a cégek,



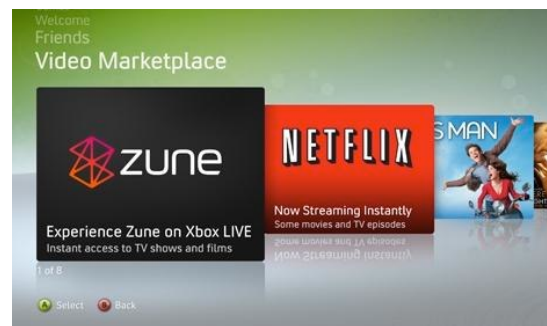
9. ábra - Netflix a Live rendszerben

tényleges nézettségnövekedést látnak az esetleges promócióban. Ennek keretében volt már ingyenes „pilot” epizód vetítés (Jericho), valamint cenzúrázatlan változat (South Park).

A cég video-on-demand piacon történt legnagyobb dobása azonban minden bizonnyal az amerikai Netflix videó kölcsönzővel kötött megállapodás. 2008. november 19-én egy egyéves kizárólagos szerződést írt alá a két cég a videó szolgáltató által kínált interneten nézhető tartalmak Xbox360-on keresztüli kölcsönzésére.³² A kizárólagosság ebben az esetben azt jelentette, hogy semmilyen egyéb konzolon, valamint az Apple I-

³² Murph, Darren : *HD Netflix streaming comes to Xbox 360 first*
<http://www.engadgethd.com/2008/10/29/hd-netflix-streaming-comes-to-xbox-360-first/>, 2009. szeptember 3.

pod és iPhone termékein sem működtethet a videó áruház ilyen szolgáltatást. A kívánt felvételt egy frissítéskor hozzáadott dashboard applikáció használatával lehet kiválasztani. A szolgáltatás egyetlen „szépséghibája”, hogy kizárólag „gold membership”-vel rendelkező felhasználók számára érhető el és csak abban az esetben, ha a filmes szolgáltatónál a legmagasabb „unlimited” tagságot váltottak. 2009. februárjában átlépte az Xbox360-on keresztül Netflixet használók száma az 1.000.000-t. A 12.000 elérhető Tv film és sorozat epizód összesen 1,5 milliárd percnyi letöltést generált az alig három hónap alatt.³³ Ezek a számadatok egy sikeres együttműködést tükröznek. A Netflix szolgáltatása kizárólag az Egyesült Államok területén belül érhető el, így az Xbox Live rendszerben is kizárólag amerikai ip címről bejelentkezett felhasználók képesek filmeket nézni a rendszer új képességével. A szolgáltatás egyedülálló multimédiás képességekkel ruházza fel a konzolt. Egészen az egyéves időszak lejártáig, mivel a Sony már lezárta a tárgyalásokat a céggel és bejelentette a szolgáltatás indulását a PlayStation Networkön a kizárólagosság lejártának másnapján, valamint a Netflix további együttműködést szorgalmaz a Nintendoval és az Apple-el.



10. ábra - Zune a Live rendszerben

A Sky TV az előbbihez hasonló szolgáltatással próbálja az Egyesült Királyság és Írország piacát meghódítani. A szolgáltatás első indulásakor meg nem nevezett technikai hiba lépett fel, melynek kijavításán dolgoznak. A megálmodott rendszeren keresztül lehetőséget próbálnak adni a nézőknek a Sky égisze alá tartozó csatornák prémium minőségű interneten keresztüli elérésére.

A Live szolgáltatásai között elérhető videó anyagok megtekinthetők SD (standard felbontás), valamint HD (nagy felbontás) minőségben is. Minden felvétel 5.1 térhangzásban kerül eladásra, a kor kívánalmainak megfelelően.

A Microsoft természetesen integrálta saját „Zune” közösségi és média megoldását a rendszerbe. A brandet az ugyanilyen nevű iPod kihívóként aposztrofált hordozható

³³ Microsoft News Press Release : *One Million Xbox LIVE Members Download and Activate Netflix on Xbox360*
<http://www.microsoft.com/presspass/press/2009/feb09/02-05LIVENetflixPR.msp>, 2009. március 3.

médialejátszója köré építette fel a vállalat. A rendszer lehetőségei a Live-éhoz nagyon hasonlóak, elérhetőségét a kisebb modellek esetén PC-ről, a HD modell esetén Wi-fi kapcsolattal is biztosította az amerikai cég. A rendszeren keresztül letölthetőek videók, zeneszámok és játékok a médialejátszóra. Ezt a lehetőséget is elérhetővé tette a Zune tulajdonosok számára az Xbox360-on keresztül. A Live rendszer segítségével megvásárolt programokat a felhasználók egyszerűen áttölthetik lejátszójukra a konzol USB kapcsolatának használatával.

4.1.3. Friends

A konzolon lehetőség van a játék során megismert emberek hozzáadásra kapcsolati listánkhoz. Bármely egyéb üzenetküldő szolgáltatáshoz hasonlóan ezen a fórumon keresztül is lehetőség van azonnal üzenetküldésre, többszemélyes beszélgetésre, videóchatre, hangátvitelre valamint a rendszer regisztrál és megjelenít további információkat ismerőseinkről, mint például milyen játékkal játszanak, ki játszik ugyanazon programmal, mint mi. Az uniformitás jegyében a cég lehetővé tette a platformokon átívelő használatot, ami ebben az esetben azt jelenti, hogy bármilyen készüléken is használjuk a Microsoft üzenetküldőjét, kapcsolatba tudunk kerülni barátainkkal. Nem jelent problémát kézi készülékről használt Live Messengerrel üzenetet küldeni egy Xbox360 felhasználónak vagy fordítva.

4.1.4. What's hot

Ebben a részben a bejelentkezett felhasználó részletes leírás kap minden a Live-on végbemenő változásról. Legyen az egy új funkció vagy a legutóbbi rendszerfrissítés oka. A tájékoztatás teljes körű, a legkisebb változásról is azonnal közlemény jelenik meg a rendszerben.

A rendszerben található még egy folyamatosan frissülő saját csatorna, ahol az Xbox360-nal kapcsolatos videók, interjúk találhatók folyamatos heti frissítéssel, valamint itt publikálják a marketing célú rendezvények – például játék a hírességekkel – videóit is.

4.1.5. A Live helyzete Magyarországon

A szolgáltatás hazai helyzetében a legérdekesebb, hogy az hivatalosan nem elérhető itthon. Korlátozás azonban csak annyiban fedezhető fel, hogy regisztrációnál a rendszer felhívja a felhasználó figyelmét, hogy a valóságnak megfelelő adatokat adjon meg. Mivel Magyarország nincs a felsorolt lehetőségek között, egy másik ország

választásával lehet továbblépni. A választás semmilyen következménnyel nem jár, hiszen a területhez kötött szolgáltatások, mint a video-on-demand rendszer ip szűrő alapján működnek. A hivatalos támogatás hiányának ok, hogy a Microsoft csak ott vállalja a rendszer működtetését, ahol biztosítani tud megfelelő támogatást a használatához. Az Xbox360 hivatalos magyar premierje óta folyamatosan napirenden van a rendszer hazai bevezetése, de a dátum továbbra sem ismert.

4.2. Az Xbox360 multimédiás képességei

„A **multimédia** olyan információs tartalom vagy feldolgozási rendszer, amely többféle csatornát is használ (szöveg, hang, kép, animáció, videó és interaktivitás) a felhasználók tájékoztatására vagy szórakoztatására. A *multimédia* mai elterjedt jelentése a számítógépes média.”³⁴

A Microsoft terméke minden ma elvárható funkciót egyesít magában, sőt talán még ennél többet is. A felhasználó szabadon használhatja a gépén lévő tárhelyet fotók vagy zenék tárolására. Az egyszerű kezelőfelületen keresztül bármikor néhány pillanat alatt a televízió vagy monitor képernyőjére kerülnek a fényképek. Az mp3 formátumú zenefájlok bármikor elindíthatóak a konzol menüjén keresztül, lehet akár Live-on beszerzett tartalom vagy a házi gyűjtemény egy darabja. A merevlemez tartalmát egy egyszerű, könnyen irányítható fájlkezelő segítségével tekinthetjük át.

A gépbe épített DVD meghajtón keresztül lejátszhatóak a filmek. A teljes mozi élmény garantálandó kiegészítőként vásárolható távirányító a konzolhoz, mely tartalmaz minden az asztali lejátszókon megszokott gombot. Egy modern lejátszónak meg kell felelnie a mai térhatású hangzás szabványainak. Az Xbox360 ezt az akadályt is képes leküzdeni egy megfelelő csatlakozó segítségével, így 5.1 térhatású hanggal élvezhetőek a filmek és a játékok is. A Live-on keresztül beszerezhető mozik mindegyik ilyen hangzással rendelkezik. A teljesség kedvéért meg kell említeni, hogy a gép természetesen képes a teljes nagyfelbontású (FullHD) mozgóképek megjelenítésére, egy erre alkalmas készüléken. Így a konzol vásárlásával kompromisszumok nélkül kiváltható az otthoni dvd lejátszó és akár a hifi torony is. Az otthoni szórakoztatás szempontjából az egyetlen hibás döntést akkor hozta az amerikai cég, mikor a nagyfelbontású szabványok harcában a HD-DVD mellett voksolt. A szabványnak

³⁴ <http://hu.wikipedia.org/wiki/Multim%C3%A9dia>, 2009. szeptember 28.

megfelelő külső meghajtó el is készült, piacra is dobták, de az érdeklődés csekélyisége, valamint a formátum gyors bukása a Blu-ray-jel szemben megpecsételte a sorsát. Ezen hiányzó szegmensre próbál megoldást kínálni a rendszer a letölthető nagyfelbontású tartalmakkal. Mivel az új formátum még csak terjedésének korai szakaszában van, nem egyértelmű, hogy a Blu-ray meghajtó hiánya, valamint a teljes elzárkózás a formátum támogatásától befolyásolja-e döntően a konzol piaci helyzetét.

További lehetőség a multimédiás felhasználásra, hogy a konzol képes kapcsolatot létesíteni a Microsoft Windows XP Media Center Edition vagy Windows Vista operációs rendszerrel és így lehetőségünk nyílik arra, hogy a számítógépen elhelyezett bármely tartalmat az Xbox360 segítségével tekintsük meg. Néhány egyszerű lépés után nem kell kábelezni a helyiségben, az adatok a hálózat bármely gépéről néhány másodperc alatt a TV képernyőjére kerülhetnek. A kapcsolat kétirányú, azaz akár játék közben is lehetőség van a konzolon tárolt médiafájlok bármelyikéhez hozzáférni a hálózatunk PC-iről. Egy ehhez hasonló média-szerver képességekkel felvértezett zene és videó lejátszó jelenleg a prémium kategóriás termékek között található a cégek kínálatában.

A sokoldalú felhasználást erősíti a Microsoft utóbbi bejelentése, mely szerint egy a rendszerrel kompatibilis Facebook és Twitter alkalmazás kerül be a tervek szerint az Xbox360 repertoárjába a következő frissítéskor. Ezzel a lehetőséggel a leglátogatottabb internetes közösségi oldal és a legnépszerűbb üzenetküldő válik elérhetővé a konzol tulajdonosainak. Az elképzelések szerint mindkét oldal környezetre optimalizált változata jutna el a felhasználókhoz, mely a konzol irányítójára alakított kezeléssel ugyanazt a felhasználói élményt kívánja nyújtani, amit az internetezés során megszoktak. További tervezett újítás, hogy a legnépszerűbb internetes rádió a LastFM is bekerül a szolgáltatások közé. Ezzel a zeneiparnak az élő koncertközvetítésen kívül nem marad olyan szegmense, melyet a Microsoft ne fedne le sikerrel az Xbox360 konzolon keresztül.

További kiegészítők beszerzésével a vásárló még teljesebbé tudja tenni multimédiás lehetőségeit. Vásárolható kamera, vezeték nélküli headset, a szöveges kommunikációt megkönnyítendő kisméretű billentyűzet és jelenleg folyik a fejlesztése egy mozgásérzékelő berendezésnek. A kamera segítségével 1.3Mpixel felbontásban rögzíthetünk álló illetve mozgó képeket illetve lehetőség van videó beszélgetés

indítására. A fényképeket tárolhatjuk, de a funkcióval kompatibilis címek esetén viszontláthatjuk magunkat a játékban.

4.3. A biztonság

Esetünkben a biztonságot két oldalról is vizsgáljuk. Először felhasználói oldalról, azaz van-e olyan aspektusa a rendszer használatának, amivel szemben a vásárló joggal lehet szkeptikus?

A fizetés – az Egyesült Államokat leszámítva, itt lehet bankkártyáról is utalni – részben a már tárgyalt pontrendszer alapján történik, valamint a teljes hozzáférést is előre fizetett formában lehet megvásárolni. Az interneten szárnyra kapott néhány pletyka a kódok hamisítását illetően, de mind alaptalannak bizonyult. A megoldással, mivel készpénzforgalom nem bonyolódik a rendszeren keresztül, sikerült kiküszöbölni az emberek félelmét az online fizetéssel kapcsolatban.

A gyermekek biztonságát a „Szülői felügyelet” beállítása garantálja, mely segítségével a szülő beállíthatja azt a maximális szintet, ami fölött a gép már nem jeleníti meg a tartalmakat. A szabályzás a már bevált PEGI skálán alapul. A beállítások jelszóval védhetőek, így illetéktelenek nem módosíthatják azt.

A vezeték nélküli kapcsolat képes kezelni az összes szabványos titkosítást, így nem kell adataink szabad áramlásától sem tartani.

A felhasználók egyetlen biztonsági kockázatát az esetlegesen eltulajdonított felhasználói fiókok jelenthetik, ennek lehetősége éppen akkora, mint lenne az egy e-mail fiók esetén. A problémát az jelenti, hogy a megszerzett belépési adatokkal esetenként a támadó hozzájut személyes és bankkártya adatokhoz, vagy szabadon költhet a játékos által feltöltött egyenlegről, azaz tényleges anyagi kárt is képes okozni. A Microsoft tanácsa, hogy az ügyfelek kerüljék a valós adatok megadását, illetve ne tárolják bankkártyájuk információját a rendszerben – annak ellenére, hogy ez egy felkínált lehetőség. Továbbá kövessék az általános online irányelvet, azaz ne adjanak ki önként belépőadatokat harmadik fél számára.

A biztonság másik oldala a konzol gyártójának szempontjai.

A Microsoft komoly harcot folytat a konzol-módosítók ellen. Egy átalakított gép képes lejátszani számítógépen írt dvd lemezeket, így az internetes forrásokból származó

játékokat is. Első lépésben a cég kitiltotta online színteréről a nem eredeti példánnyal játszókat. Folyamatos adatgyűjtés után egy teljes körű intézkedéssel kitiltott minden olyan gépet a hálózatról, melyek a tárolt adatok alapján módosított szoftvert tartalmaztak. Ez utóbbi intézkedéssel sikeresen kezdik kiszorítani a rendszerből a kalóz-példánnyal játszókat. Nagyarányú kitiltás tapasztalható továbbá egy-egy ismert cím idő előtti kiszivárgásakor, a megjelenési idő előtt próbálkozókra szintén örökös korlátozás vonatkozik.

Mivel az online színtér a rendszer alapját képezi, a játékosok számára nagy visszatartó erő a kitiltás lehetősége. A Microsoft helyzeti előny az is, hogy nem tudható, hogy a konzol milyen információkat gyűjt, tárol és küld vissza elemzés céljából a redmondi gyártónak.

Egy másik gyártó oldali biztonsági kockázat az eltulajdonított felhasználói fiókokból adódik. A megszerzett belépőadatokkal – a lopás bejelentéséig – lehetőség van nagy mennyiségű kényszerített üzenet (SPAM) továbbítására a rendszerben. Ez a szerver terhelésére is kihatással van, de a szolgáltatás minőségének megítélését is komolyan befolyásolja. Eddig az időpontig nem volt jellemző, de az elméleti lehetőség, hogy a hackerek a feltört fiókról DoS (Denial of Service) támadást kíséreljenek meg a szolgáltatás ellen.

4.4. Gazdasági, stratégiai megközelítés^{35,36}

Az Xbox360 konzol a szórakoztatóiparban próbál versenyezni a bevételért, szűkebben az otthoni szórakoztatás piacán törekszik minél nagyobb bevétel elérésére. Egy 2009-es előadás szerint a számítógépes és videó játék ipar 2008-ban 22 milliárd dollár összbevételt produkált, a karácsonyi időszakban története során először lépte át az havi 5 milliárd dollár bevételt. Az NPD által végzett felmérések szerint a teljes szórakoztatóipari bevételnek egyharmada származik a videó játékokból. Ez az arány messze több, mint amit az iparág bármely más szegmense teljesítene. Kizárólag a szoftvereladásokból 11,7 milliárd dollár bevételt produkált az iparág, mely 22,9%-kal haladta meg az előző éves adatokat. Az USA kapcsán néhány további érdekes adat is napvilágra került: 2009-ben a háztartások 68%-a játszott videó játékkal, az otthonok

³⁵ Az elemzési szempontok kiválasztásában segített:

Mészáros Tamás: *A stratégia jövője – a jövő stratégiája*, AULA kiadó, 2005

³⁶ Gallagher, Michael: *Leading the Entertainment Industry through a Difficult Economy*, 2009. június 2.

42%-ában van valamilyen játékkonzol. Felmérésekből kiderült, hogy az átlagos amerikai vásárló 39 éves és az is, hogy jelenleg az online játésszók közel negyede (23%) fizet a játékért. Mivel a magyarországi piac még gyerekcipőben jár, számadatokat szinte lehetetlen találni, a cég nem publikálnak eladási mutatókat, hadver és játékeladásokban is kizárólag sorrendekre lehet ráakadni. A fejlődés a hazai piacon is követhető például a magyar nyelven megjelentő játékok számának folyamatos növekedésével vagy a videó játék reklámok TV sugárzásának megjelenésével.

A szabványos elemzési módok közül elsőnek a BCG mátrix alapján vizsgáljuk az Xbox360, valamint a Live rendszer helyzetét. A konzol a felmérések szerint 2008-ban a konzol piac 21,44%-t tudta magáénak, szemben a Nintendo 46,90%-os, valamint a Sony 24,58%-os részarányával. Ez a nagyságrend jelentősen a 2009-es évre sem változott, a Nintendo 46,90%-t fed le, a Playstation3 részesedése 27,90%, az Xbox360 3,76%-os növekedéssel 25,20%-os részesedést szerzett a piacból.³⁷

Ezen adatok alapján az Xbox360 piaci részesedése alacsonynak mondható, hiszen a háromszereplős piacon alig haladja meg a 25%-os nagyságrendet. A piac folyamatosan növekszik, ezért a játékkonzol a Kérdőjelek kategóriába sorolható.

A vállalat konzolpiaci szereplését illetően releváns képességeit, az Xbox360 lehetőségeit legteljesebb mértékben SWOT-elemzés elkészítésével vizsgálhatjuk.

A vállalat erősségei közé tartozik minden területen, így a konzolpiacon is a szinte kimeríthetetlen pénzügyi háttér. Ide sorolható, hogy szemben a Sony-val a Microsoft nem előállítási költség alatt értékesíti a konzolt, tehát már a gépek eladásából is bevételt generál. Az erős verseny a Sony-val, valamint a tetemes hátrány, mely a Nintendo meglepő eredményeiből adódott szintén pozitívan befolyásolhatja az Xbox360 fejlődését, mivel gyors, folyamatos innovációt követel meg a cégtől. A cég termék innovációs képességét jól példázza a fejlesztés végső fázisában levő Project Natal, mely egy összetett játékirányító és szórakoztató kiegészítő az Xbox360-hoz. Ebbe a kategóriában feltétlen említést érdemel a Live rendszer folyamatos fejlesztése, például a Netflix, a Facebook vagy a LastFM integrálása a szolgáltatásba. Versenyelőny lehet még a Microsoft piacvezető pozíciója az asztali számítógépek operációs rendszereinek piacán. A felhasználó-kezelő rendszerét a Live-on túl az asztali PC-k játékaire is kiterjesztették az utóbbi időben, így biztosítva átjárást a két platform között. Az egy

³⁷ Williams, Brent : 2009 Year on Year Sales and Market Share Update to Oct 24th
<http://news.vgchartz.com/news.php?id=5709&mp=1>, 2009. október 30.

konzolhoz tartozó eladásokban is előkelő helyen áll a vállalat és az Xbox360³⁸. A megjelenést követő két évben egy Microsoft géphez átlagosan 6,6 játékot vásároltak, ez a szám 5,5 a Wii esetén és valamivel alacsonyabb, 5,3 a Playstation3-nál.

Gyengeségek között a legfőbb, hogy a piacon jelenleg utolsó pozícióban található az Xbox360, emellett növekedése is alacsonyabb, mint a második helyezett Playstation3 esetében tapasztalható. Mivel a gép egyik legfőbb vonzereje a magas teljesítmény, hibátlan megjelenítés, gyengeségként ki kell emelni, hogy a gép nem képes előállítani a legmagasabb, 1080p jelzésű fullHD képet és az 1080i megjelenítését is felskálázással végzi. Azért nem volt eddig jelentősége a ténynek, mivel a játékok alacsonyabb felbontáson is jelentős fejlettséget mutatnak a néhány évvel ezelőtti állapotokhoz képest. A folyamatos hardverhibák szintén nem erősítik a gépről kialakult imázst. A hivatalos adatok szerint 23,7%-os mutatóról számolnak be³⁹, ami a garanciában cserélt gépeket illeti. Más felmérések szerint ezek a számok sokkal komolyabbak, elérhetik az 54-68%-t.^{40,41} A gép túlmelegedése és az ebből adódó hardverhibák rákényszerítették a Microsoftot, hogy a gép garanciaidejét 3 éves időtartamban határozza meg.⁴² Meghatározó lehet továbbá az, hogy a Live rendszer a Playstation Network-kel összehasonlítva több jelentős országot is kihagy a támogatottak listájáról, ilyen például Oroszország, Dél-Afrika vagy Szaúd-Arábia.

A lehetőségek között elsőként említhető, hogy a cég számára kínálkozik a versenytársakhoz hasonlóan egy kézi konzollal jelentkezzene a piacon asztali gépük mellett. Ezzel a lépéssel a piac egy olyan szegmensébe léphetne be a Microsoft, mely szintén jól jövedelmező az eladási adatok alapján. A gépek egymás közötti összekapcsolása az egyező márkák esetén pedig új lehetőségeket ad a fejlesztőknek,

³⁸ Caron, Frank : *Xbox360 bests rivals on games per console metric*

<http://arstechnica.com/gaming/news/2008/11/xbox-360-bests-rivals-on-games-sold-per-console-metric.ars>, 2009. szeptember 13.

³⁹ SquareTrade : *Game Console Failure Rates: Wii 9 times more reliable than Xbox360, 4 times more than PS3*

<http://www.squaretrade.com/pages/xbox360-ps3-wii-reliability-08-2009/>, 2009. október 3.

⁴⁰ McElroy, Griffin : *Game Informer: Xbox 360 at 54.2 percent failure rate*

<http://www.joystiq.com/2009/08/17/game-informer-xbox-360-at-54-2-percent-failure-rate/>, 2009. augusztus 26.

⁴¹ Ferro, Mike : *In-depth exposé reveals Microsoft's Xbox 360 failure rate was 68%*

<http://gamer.blorge.com/2008/09/06/in-depth-expos-reveals-microsofts-xbox-360-failure-rate-was-68/>, 2009. szeptember 3.

⁴² Topolsky, Joshua : *Xbox 360 warranty extended to three years*

<http://www.engadget.com/2007/07/05/xbox-360-warranty-extended-to-three-years/>, 2009. szeptember 11.

valamint gerjeszti az eladásokat is. A Live rendszer lehetőségeit figyelembe véve nem tűnik túlzottan nagy kihívásnak a kiterjesztés egy másik gépre is. A tervek szerint 2010 végén kerül piacra a Project Natal. Amennyiben az összes tervezett technológia integrálásra kerül a rendszerbe (beszédfelismerés, kontrollerek nélküli, kamerás mozgásérzékelés), akkor a vállalat egy olyan fejlett technológiát tudhat magáénak, mely gyökeresen megváltoztathatja a piaci helyzetet. A jövő szempontjából jelentős előny lehet, ha a jósolt 2012-es generációváltáskor – a mostanihoz hasonlóan – cég versenytársai előtt tud megjelenni új konzoljával. Bevételi forrást jelenthet a cég számára az úgynevezett First-Party, azaz a cég tulajdonában lévő fejlesztőcsoportok által piacra dobott játékok arányának emelése. Ez az arány most 21%, ez ugyan megelőzi a Sony 17%-os mutatóját, de messze elmarad a Nintendo esetében tapasztalható 44%-tól.⁴³

Fenyegetettségként jelentkezik a konzol alacsony megbízhatósága, mely hosszútávon a vásárlók bizalmának elvesztését eredményezi. E mellett a Sony folyamatos árcsökkentése is befolyásolhatja az eredményeket, mivel tudásában magasabb szintű gépet kínálnak magas megbízhatósággal és ingyenes online rendszerrel. A Nintendo jelen generációban bemutatott hatalmas sikerének esetleges megismétlése szintén döntő befolyással bírhat a távlati szereplést illetően, mivel a háromszeplős piacon nem lehet tartósan utolsó pozícióban egy vállalat, mert az a SEGA cégéhez hasonló bukást eredményez.

⁴³ Caron, Frank : *Xbox360 bests rivals on games per console metric*
<http://arstechnica.com/gaming/news/2008/11/xbox-360-bests-rivals-on-games-sold-per-console-metric.ars>, 2009. szeptember 13.

5. Kutatás

5.1. A válaszok értékelése⁴⁴

A kutatás során egy 35 kérdésből álló kérdőívet tölttettem ki 46 emberrel. A kutatásban résztvevők mind a fővárosban élnek, vagy munkahelyükből, iskolájukból adódóan idejük jelentős részét Budapesten töltik. A válaszadók kor megoszlása széles skálán, 16-tól 54 éves korig, mozog. A cél, hogy a nem reprezentatív kérdőív segítségével képet kapjak a magyar konzol-kultúra egy szeletéről. A válaszokból következtetések vonhatók le a játékosok vásárlási szokásaira, illetve az online tartalmakhoz, valamint a multimédiás funkciókhoz fűződő viszonyáról.

Amelyik kérdésnél lehetséges, az interneten található számadatokkal kerülnek összevetésre a válaszok.

A kérdőív első három kérdése teljesen általános, a válaszadók csoportosíthatóságát segíti elő. Elsőként a válaszoló korára, majd nemére végül pedig a havi bevételének nagyságára voltam kíváncsi. A kort konkrét értékkel, a bevételt intervallumon belül kellett megadni.

A válaszolókról kapott első információk: A válaszadók átlag életkora 27,9 év. Módusz, azaz a leggyakrabban előforduló érték a 27 év, a válaszadók fele 26,5 évnél idősebb, a fele fiatalabb.

Nemek szerinti megoszlás tekintetében a férfiak dominálnak 76%-os aránnyal, a női válaszadók ebből következően 24%-ban képviseltetik magukat.

A havi bevétel 5 lehetséges intervallumban helyezhető el, nettó személyes bevétel alapján. A legalsó - 0 Ft havi bevételt jelentő – sávba a válaszadók 15%-a helyezte el magát. A következő – 0-50 Ft közötti – szegmens 1 darab válaszadót számlál, ez kb. 2,2% részarány. A legnépesebb tábor az 51-130 forint között keresőké, ez adja a válaszolók 37%-t. Némileg kevesebb, a válaszadók 30%-a rendelkezik 131-200 forint közötti összeg felett havonta. Nem túl nagy meglepetésre, az utolsó, havi 200.000 forintot meghaladó nettó bevétel csak a megkérdezettek 15%-nak jut.

⁴⁴ A felhasznált kérdőív a 9.1. pontban található

Ami látható, hogy a leggyakoribb kereseti szegmens a 2009-es KSH által publikált⁴⁵ átlagbérrel megegyező részbe esik, azaz nem mutat eltérést az ország átlagtól.

A szegmentáló kérdéseket egy konzolokkal kapcsolatos 11 kérdéses blokk követi.

A legfontosabb kérdés, hogy az illető rendelkezik-e játékkonzollal. Kizárólag a 6. generációnál nem régebbi asztali konzol, valamint legújabb generációs kézi konzol megléte esetén számított pozitívnak a válasz. Az ennél régebbi generációs gépek – sőt a Playstation 2-t leszámítva már az előző generációsak sem – tekinthetők aktív piaci tényezőnek, ebből adódóan birtokosa sem aktív szereplője a piacnak.

A válaszadók közül 16-an rendelkeznek a fenti kategóriába tartozó konzolok valamelyikével, ez arányosítva 35%-t jelent. A részarány hölgyek esetében a vártnak megfelelő, 18%-os. Férfiak körében 40%-os a mutató, ami közelíti az USA-ban egy 2007-es felmérésben publikált 41,4%-os nagyságrendet, azaz az adatok alapján nem mutatkozik eltérés az egyik vezető piactól. A vizsgálat alapján elmondható, hogy a nemzetközi trenddel ellentétben a gyengébbik nem kifejezetten alacsony arányban képviselteti magát a tulajdonosok között.

Érdekes lehet, hogy a konzollal nem rendelkezők miért nem költenek ilyen jellegű szórakozásra. A fennmaradó 30 ember válaszaik közül a két legkiemelkedőbb a „nem érdekel” lehetőséget megjelölők (40%), valamint a „PC-n játszik”-ot választók (36%) aránya. Csupán a válaszolók 1/5-e az, aki ár miatt nem vásárolt konzolt. Az egyéb kategóriát 24% jelölte. A nemek közötti eltérés a „nem érdekel” kategóriában nem mutatkozik, mindkét esetben a válaszadók 1/3-a hivatkozott erre. A PC-n játszóknál a férfiak esetében sokkal nagyobb, 38%-os arányt képeznek, ez a nőknél egy megkérdezett (11%). Részletesebb információ érdekében a válaszadók közül néhányval szóbeli beszélgetést folytatva kiderült, hogy a PC használatának két komoly előnyét látják. Egyik ok, hogy interneten keresztül gyorsan, egyszerűen és olcsón lehet játékokhoz jutni. Azokat nem szükséges lemezre írni, valamint, ha interneten akarnak játszani léteznek feltört szerverek és az eredeti példányok is jóval olcsóbbak, mint a konzolos változataik. A másik kiemelt érv az volt, hogy míg a számítógép használatával párhuzamosan lehetőség van TV működtetésére, addig ez konzol esetében nem megoldható. Ebből az derül ki, hogy az emberek jelentős részét annyira már nem érdekli a konzol használata, hogy utánanézzon a lehetőségeknek, hiszen kis

⁴⁵ KSH : A KSH jelenti, 2009/8 - Összefoglalás

utánajárással megtudható, hogy egy kábel beszerzésével lehetőség van a gépek monitorhoz kapcsolására.

A gépek közötti megoszlás a következő: Playstation 2 6,25%, Xbox 6,25%, Gamecube 0%, Nintendo DS 18,75%, PSP 25%, PS3 12,5%, Xbox360 31,25%, Wii 0%. A kérdés megválaszolásakor nem akadt senki, akinek tulajdonában két vagy több konzol is lenne. Ami nem meglepő, hogy a Playstation 3 tulajdonosok közül az egyik a legmagasabb jövedelmi kategóriából került ki, másikuk pedig a legfiatalabb korosztály tagja – ő valószínűleg ajándékba kapta. A konzol árából valószínűsíthető, hogy a tulajdonosok döntő többsége magas jövedelemmel rendelkezik. Figyelemreméltó, hogy a Nintendo konzolok közül egyedül a hordozható DS az, ami szavazatot kapott.

Az újgenerációs konzolok tulajdonosainak csupán 14%-a vásárolta meg a megjelenést követő fél évben a gépét. A legjelentősebb rész – 57% - a megjelenést követő több mint fél évben, de legkésőbb 2008 folyamán került gazdájához. A legtöbb új funkció az online rendszerekbe az elmúlt egy évben került be, azonban a gépeknek csak 29%-t vásárolták ebben az időszakban, ez alapján az szűrhető le, hogy a megkérdezettek körében a rendszerfrissítés és a többletfunkciók a kevésbé érdeklődők körében nem tették népszerűbbé a konzolt, nem ösztönözték őket vásárlásra. Nézzük meg vajon tervezik-e a későbbiekben?

Az újgenerációs konzollal nem rendelkezők 1/3-a tervezi egy ilyen gép beszerzését, 2/3-uk továbbra sem érdeklődik irántuk. Ez az arány természetesen nemek szerint erősen változik. A hölgyek esetében csak 18%-t győzött meg valami arról, hogy szerezzen be egy gépet otthonra, míg ez az arány férfiak esetén 40%. A válaszadók azon része, akit nem érdekel a termék - az erre vonatkozó kérdés alapján – természetesen nem tervezi a beszerzésüket a későbbiek folyamán sem. A többi ellenérv képviselői körülbelül ugyanakkor nagyságrendben inogtak meg, azaz gondolkodnak egy későbbi vásárláson. Ami az általam várttól eltér, hogy a régi konzolok tulajdonosainak csak pontosan fele szeretne újgenerációs eszközt a sajátja helyett.

A videojáték piac továbbra is egyik meghatározó tényezője a kalózkodás. A gépekhez gyártott úgynevezett mod-chipekkel lehetővé válik másolt tartalom lejátszása a rendszeren. Magyarországon az ilyen jellegű játékbeszerzés mindig vezetőnek számított. Néhány évvel ezelőtt a Sony Playstation magyarországi

termékmenedzserével beszélgettem erről, aki azt mondta, hogy felmérésük alapján akkoriban egy eladott Playstation 2 konzolhoz 0,9 eladott játék társult.

A válaszoló konzoltulajdonosok 62,5%-nak van módosított gépe. A hölgyvásárlók közül azonban senkinek. Ez alapján vizsgálva tovább a még mindig célközönségnek tekinthető férfi válaszadókat, már 71,5%-ra módosul az eredmény az ő esetükben. A vizsgált körből kivehetjük a Playstation 3 tulajdonosokat is, mivel ezen a platformon jelen pillanatban nincsen reális megoldás a másolt tartalmak elindítására, valamint a Blu-ray hordozó ára még mindig nagyon magas. A megmaradt módosítható konzolok közül már 83%-os arányban vannak olyanok, melyeken végrehajtották a beavatkozást. Valószínűsíthető, hogy a típusonkénti megoszlásban a Microsoft gépének első helyét is jelentősen befolyásolta a tény, hogy egyszerűen, olcsón és gyorsan lehet módosított példányhoz jutni. Ezek után a vásárló 1-2000 forintért, vagy kis utánajárással a 3-400 forintos lemez árért juthat játékhoz. Ugyanennek tulajdonítom a Playstation 3 gyenge helyezését, mivel a rendszer magas ára mellett a felhasználónak meg kell birkóznia a játékok költségével is időről-időre, mikor egy új címet akar beszerezni. A kalózkodás visszaszorítása érdekében reálisnak tűnik az a felvetés, hogy a forgalmazók/gyártók az egyes országok gazdasági viszonyainak megfelelő áron értékesíthetnék programjaikat. Megdöbbentő, hogy Angliában a jóval magasabb átlagbérek dacára kb. 8-10000 forintnak megfelelő összegért lehet egy premier játékhoz jutni, itthon ezekért 14-16000 forintot kérnek a szaküzletekben.

Ennek ellenére a vizsgált tulajdonosokra átlagosan 3,75 játék jut. Az elsőre magasnak látszó érték több tényezőtől adódik. Először, a vizsgált konzolok közül a PS2 és az Xbox már nem mai darab, a hozzájuk kínált játékok már szinte egytől-egyig csak nyomott áron értékesíthetők, sokszor 1-2000 forintért. A másik nem elhanyagolható tényező az esetükben, hogy a tulajdonosoknak 2-2,5x annyi idő állt rendelkezésre a programok beszerzésére, mint az újabb társaiknak. Ezen gépek nélkül már csak 3,21 játék jut gépenként. A másik tényező melynek kivételével feltételezhetően jelentősen módosul az eredmény a Playstation3, mivel más beszerzési csatorna nem lévén vásárolni kell a játékokat. Ezt a tényezőt is kivéve az elemzésből a ráta már 2,75-re csökken.

A hölgyek körében népszerű a vásárlás. A női konzoltulajdonosok átlagosan 5,5 játékkal rendelkeznek gépükhöz. Érdekes, hogy a felmérés szerint a módosított PSP kézi konzolokhoz a válaszadók átlagosan 0,0 eredeti szoftvert vásároltak.

Végül a kérdéskör dolgozatra vonatkozó legfontosabb része, hogy kizárólag az Xbox360-t vizsgálva hogyan is néznek ki ezek a számadatok. A vizsgált Xbox360 gépek 80%-a módosított. A gyári és átalakított gépekhez együttesen átlagosan 1,6 játékot vásároltak. Amennyiben a gyári gépeket kivesszük az összevetésből már csak 1,0 marad az átlag gépenként. Feltételezhető, hogy ez az átlagosan egy cím valamelyik népszerű online játszható játék, mivel a hálózati játékhoz szükséges az eredeti példány. A dolgozatban már előkerült a számadat miszerint egy átlagos Xbox360-ra 6,6 játék jut. Ettől a szinttől úgy tűnik továbbra is elég messze áll még a magyar piac. A kiadók azonban látnak fantáziát az országban, hiszen valószínűleg emiatt szaporodnak évről évre a magyar szinkronnal vagy felirattal megjelenő játékok. Azonban a vásárlók gondolkodásmódjában is erőteljes változásnak kell bekövetkeznie ahhoz, hogy a piac sikeresen növekedésnek induljon és elérje egy átlag nyugat-európai vagy az amerikai piac szintjét.

Az első nagy kérdés-blokk utolsó két kérdésben arra próbáltam választ kapni, hogy az emberek – konzoltulajdonosok és konzol nem használók együttesen – tisztában vannak-e a lehetőséggel, hogy az újgeneráció tagjaival internetre lehet kapcsolódni.

A válaszadók 56%-a tisztában van azzal, hogy van ilyen lehetőség. A férfi konzoltulajdonosok 100%-ban jól voltak informálva a lehetőséget illetően, a hölgyeknél ez az arány mindössze 50% volt. A játékgéppel nem rendelkezők közül 38% számára volt ismert az internet-kapcsolat lehetősége. Ez a szám azt jelzi, hogy annak ellenére, hogy ezen emberek mindennapjainak nem képezi részét a rendszerek valamelyikének használata, feljuk is megfelelően kommunikált a lehetőség a vállalatok oldaláról. A kutatás alapján leginkább az idősebb korosztályban – 30 éves kor és a felett – és a hölgyek között szegényesebb az ismeret.

A kérdés még az, hogy a tudás együtt jár-e a használattal is?

A tulajdonosok 67%-a használja az online rendszert. A rendszer ingyenessége miatt lehet, hogy a Playstation 3 tulajdonosok kivétel nélkül többé-kevésbé rendszeres használói a Playstation Network-nek. Xbox360 esetén 60% használja a Live szolgáltatást. Ez köszönhető részben a módosított gépek kitiltásáról szóló pletykáknak, részben annak, hogy eredeti játék nélkül nem lehet online környezetben játszani. Az átlagot az eladott konzolok alapján – mely 2009. augusztusában 31 millió volt – és a Live rendszerről publikált adatokkal kaphatjuk meg. 2009. januárban a rendszerben 17

millió regisztrált felhasználó volt. Mivel a két adatgyűjtés dátuma különböző, így csak közelíthetjük a valós eredményt. Ezen számok alapján az Xbox360 vásárlók 55%-a regisztrál a Live rendszerbe – ne felejtsük azonban, hogy egy gépről több felhasználó is regisztrálhat a rendszerbe, tehát ez az adat torzított.

Magyar viszonylatban a 60%-os arány azonban kifejezetten jónak mondható egy nem teljesen ingyenes online rendszer esetében, hiszen az internetes terjesztési csatornába vetett bizalom még elég alacsony országunkban. Egy 2008-as felmérés szerint az internetezők 10,8%-a vásárol rendszeresen interneten keresztül – ez havi legalább egy tranzakciót jelent.

Az általános kérdésekkel kapcsolatban összességében elmondható, hogy az emberek jelentős része nem érdeklődik számottevően a konzolok iránt. Aki vásárol vagy vásárolt gépet sem kerül be egyértelműen a piac szereplői közé, mivel dominálnak a kalózkodásra alkalmas gépek. Az ár és a későbbi költségek jelentősen befolyásolják a választást, ebből adódik a Playstation3 alacsony aránya, de ennek tudható be az is, hogy aki ilyen gépet vásárolt kivétel nélkül él az ingyenes online lehetőségekkel.

A következő kérdéskör az Xbox360 Live rendszerével kapcsolatos. A kérdések többsége csak a rendszerre regisztrált felhasználók által megválaszolendő.

Az elején tisztázandó, hogy a Live, mint fogalom mond-e bármit az embereknek. A válaszadók 46%-a tudta, mit takar az elnevezés. A konzoltulajdonosoknál – feltételezve, hogy az átlaghoz képest fogékonyabbak az ilyen témákra – nem meglepő, hogy 81%-uk tisztában van a fogalommal. A konzolon nem játékosnak csupán 27%-a számára ismert a rendszer. Ez kételyeket ébreszt azzal szemben, hogy mennyire hatékonyan van kommunikálva a Microsoft oldaláról, hogy a PC játékokban az utóbbi időben megtalálható játékosprofil-kezelés ugyanennek a Live rendszernek egy mellékága.

A „regisztráltad-e magad?” kérdés ugyanilyen indokból mindenki számára megválaszolendő, ezáltal kiderülhet, hogy az amerikai cég törekvéseinek megfelelően egy rendszernek látják-e a játékosok a Microsoft Live minden egységét vagy semmilyen összefüggést nem találnak közöttük.

Az Xbox360 tulajdonosok közül mindenki regisztrált a Live szolgáltatásra, még azok is, akik a regisztráció után nem lettek rendszeres használói a rendszernek. A fennmaradó válaszadók közül 9,75% válaszolt igennel a regisztrációra. Említésre érdemes, hogy aki

az utóbbi egy évben PC-n játszott bármilyen ismertebb címmel, az szembetalálkozott a „Games for Windows – Live” rendszerrel, mely az Xbox360-as változat megfelelője a személyi számítógépek esetén, a bejelentkezés és a tárolt adatok teljes hordozhatóságát platformtól függetlenül biztosítva. A felmérésből úgy tűnik, hogy a kép még nem teljesen tisztult le az emberekben az egységet illetően, de bizonyára visszatartó ereje van annak is, hogy ez a szolgáltatás sem érhető el kalóz-verziókkal.

Végül felmerült a kérdés, vajon fizetne ez az „átlag ember” egy ilyen rendszerbe való regisztrációért Magyarországon, ha ezzel többletszolgáltatásokhoz jutna. A válaszadók számára tisztázott, hogy a díj nagyságrendileg havi 1.000 forintnak megfelelő.

A kérdőívet kitöltők 59%-a regisztrálna többletszolgáltatások esetén. A nemek esetén az eltérés nem számottevő, a nőknél 55-45 az igenek javára, a férfiak esetében 60-40. Ami kitűnik, hogy az ingyenesen elérhető Playstation Network felhasználói 100%-ban elzárkóznak egy fizetős lehetőségtől. Véleményük érthető, hiszen a Live rendszer minden olyan többletszolgáltatása, melynek díjtérítését a Microsoftnak kell megfizetni a Sony rendszerében alapértelmezett állapotban helyet kap. Egy ilyen megoldáshoz szokott vásárlót lehetetlen meggyőzni arról, hogy van miért fizetnie.

A következőkben a Live rendszer fizetős szolgáltatásaival kapcsolatos kérdések kerülnek terítékre. Ezek esetén a legfontosabb tisztázni, hogy az Xbox360 tulajdonosok vettek-e igénybe ezek közül bármilyet is.

A válaszadók 60%-a vásárolt már a Live rendszeren keresztül, ami a várakozáshoz képest meglehetősen magas szám. A vásárlók 1/3-a avatar-játékot, vagy egyéb olcsón letölthető anyagot vett (témák, ruhák az avatarhoz, stb.), 2/3 pedig Xbox játékot töltött le befizetett összegért cserébe. Úgy tűnik, hogy a zeneletöltés hazánkban még mindig kevésbé népszerű, valamint elmondható, hogy népszerű a fizetős apróságok letöltése. Hiszen, ha egy ilyen kis mintában is akad olyan, aki fizet ilyen jellegű tartalmakért, az arra enged következtetni, hogy a Microsoft egy valós piaci igényt látott meg és tudott kielégíteni ilyen jellegű letölthető tartalmaival. Az Xbox játékok aránya nem meglepő, egy-egy régről ismert cím beszerzése sokkal könnyebb a rendszeren keresztül, mint nem digitális formában.

A Live másik vonzerejét a többjátékos lehetőség jelenti. Ezzel az internetes lehetőségeket használók harmada ritkán, kétharmada gyakran él. Ebből levonható a következtetés, hogy aki használja a rendszert Magyarországon, az nem elégszik meg az

ingyenesen hozzáférhető demók letöltésével, hanem előfizet a prémium szolgáltatásokra. A játékosok többsége Xbox360 játékokkal játszik a hálózaton, kisebb hányaduk az avatarokkal összekapcsolt játékokat preferálja. A megkérdezettek közül senki sem játszik indie-játékokkal. Véleményem szerint a magyar piacon az erős érzékenységi miatt kifejezetten nehéz fizetős formában teret nyerni az ilyen fajta játékokkal. A vásárlók többsége a teljes értékű programok esetén is keresi a kiskapukat, hogy mentesüljön a fizetés alól. Egy Indie játék általában egyszerű grafikája és megvalósítása miatt nem valószínű, hogy vásárlásra bírja az itthoni felhasználókat.

A rendszer kommunikáció lehetőségei közül a megkérdezettek egyike sem használja a beépített azonnali üzenetküldő alkalmazást vagy a videóchatet. Ennek egyik oka a kiegészítőkben keresendő, videó üzenethez kamerára van szükség, a szöveges üzenetek begépelése a virtuális billentyűzeten már néhány szó esetén is hosszadalmas. A számítógépes cseteléshez hasonló sebesség eléréséhez nélkülözhetetlen egy kisméretű billentyűzet, melyet kiegészítőként vásárolhatunk a készülékhez. Azok, akik igennel válaszoltak a hangátvitel használatára kiemelték, hogy kizárólag játék közben használják ezt a fajta kommunikációt a Live rendszerben.

A felhasználók közül senki sem került még szembe olyan problémával a Live használata során, amely megoldásához a Microsoft hivatalos támogatását kellett volna igénybe venni. Senki nem érezte úgy, hogy hátránya származott abból, hogy hivatalosan nem támogatja a Microsoft hazai kirendeltsége az Xbox Live használatát az országban.

Néhány mindenki számára feltett kérdéssel azt kerül vizsgálat alá, hogy hazai szemmel nézve a Microsoft jó irányba bővíti-e Live szolgáltatását. Vevők lennének-e a magyarok egy online-filmkölcsonzó szolgáltatásra, használják-e a Facebook és Twitter online megoldásokat mindennapjaik során és használnák-e azt egy szolgáltatási rendszerbe integrálva?

A megkérdezettek 43%-a használna egy a Netflix-éhez hasonló jellegű szolgáltatást idehaza. Hasonlóval próbálkozik egy ideje a T-csoport az IPTv előfizetések mellett. Ez a megoldás azonban nélkülözi azokat az elemeket, melyek a Netflixet népszerűvé tették a tengerentúlon. A filmkínálat néhány száz darabos, nem általános előfizetések, hanem tételenkénti számlázás a rendszer alapja és a legfontosabb, hogy kizárólag a cég előfizetői vehetik igénybe a megfelelő set-top-box segítségével. A felmérés szerint

igény mutatkozna egy interneten elérhető filmkölsönző rendszerre, nyilvánvalóan kérdés, hogy milyen áron.

Az igennel válaszolók 40% abban az esetben venne igénybe egy ilyen szolgáltatást, ha az a hagyományos dvd kölcsönzés díja alatt lenne. A válaszadók közel harmada (30%) még abban az esetben is hajlandó lenne használni a szolgáltatást, ha nem spórolna az offline kölcsönzéshez képest. A hagyományos kölcsönzésnél magasabb árat csak a megkérdezettek 30% fizetne azért, hogy digitális letöltés útján jusson filmekhez. A magyar piaccal a legnagyobb gond, hogy méretéből adódóan a külföldi megoldások egy része gazdaságosan nem ültethető át a hazai viszonyok közé. Valószínűleg ilyen egy online filmkölsönző szolgáltatás, mely minőségében inkább a Netflix-re, mint a hazai gyermek IPtv-s megoldásra próbál hasonlítani. Az indulás költségei olyan magasak, mind a hardveres beruházások, mind pedig a jogdíjak miatt, hogy ez valószínűleg minden vállalkozó kedvű embert elrettent a próbálkozástól.

A jelenkori internetet befolyásoló tényezők közül – leginkább a Microsoft tervezett fejlesztései miatt – a Facebook és a Twitter itthoni használatával kapcsolatos két kérdés zárja a Live szolgáltatás köré csoportosított kérdéseket.

A válaszadók 17%-a használja a Twitter-t, 35% a Facebookot, 17% pedig mindkettőt. Tehát az emberek 70%-a használja legalább az egyik szolgáltatást. A fejlesztés irányvonala a Live esetében tökéletes, hiszen két olyan médiumot próbálnak a rendszerbe integrálni, mely az újdonságokat csak némi késéssel alkalmazó magyar lakosság körében is igen népszerűek. A Live rendszerbe történő integrálásról a vélemények természetesen az alapján oszlanak meg, hogy az adott Xbox360 felhasználó használja-e a szolgáltatások valamelyikét mindennapjai során.

Az utolsó néhány kérdés a konzolok, illetve az Xbox360 multimédiás képességeire, azok ismertségére vonatkozik.

Az Xbox360 képességei közül a dvd lejátszás az, mellyel a legtöbben tisztában vannak. A megkérdezettek 80%-a tudott erről a lehetőségről. Ezt követi 76%-os aránnyal a zenelejátszási funkció. Valószínűsíthető, hogy ezek a funkciók az emberek számára ösztönöztek – általában jogosan - az összes olyan géppel, melybe valamilyen lemezen lehet behelyezni. Ide sorolható a képnézegetés funkciója is, a maga 63%-os arányával. Ez is olyan képesség, mely már a legtöbb manapság kapható néhány ezer forintos mp3 lejátszóban is megtalálható. A következő legismertebb lehetőség az USB

csatlakozás, mely szint alapfelszereltsége minden ma magára valamit is adó szórakoztató elektronikai készüléknek. A FullHD egy újabb napjainkban igen elterjedt fogalom, ezt a megkérdezettek 43%-a tulajdonítja az Xbox360-nak.

Ami nem meglepő, hogy a PC-vel való összekapcsolásról a válaszadóknak mindössze 30%-a tudott. Ennél érdekesebb, hogy a konzoltulajdonosok között is csak 80% volt az arány. Ez azt jelenti, hogy a gépet vásárlók sincsenek teljes mértékben tisztába a konzolja képességeivel. Napjainkban még csak kezdeti lépéseiken vannak túl az otthoni media center berendezések, melyek képesek a tárolt multimédiát különböző megjelenítőkre – lehet kizárólag hangsugárzó, vagy képmegjelenítő – eljuttatni vezeték nélküli kapcsolaton keresztül. Az Xbox360 rendelkezik ilyen képességgel egy megfelelő Windows-zal rendelkező PC használatával. Ezt a képességet a tulajdonosok 40%-a fedezte fel gépében, a válaszolók mindössze 17%-a tudott róla. Az Xbox360 tulajdonosok a képnézegető, zenelejátszó és dvd lejátszó képességet mindannyian igénybe veszik, a PC-vel való összekapcsolást senki nem használja, ezáltal a médiaátvitelt sem. A FullHD lehetőséget a tulajdonosok 40%-a használja illetve használja ki, nyilván ennek a rendelkezésre álló megjelenítő minőségében keresendő az oka.

Az előbbiekkal összefüggésbe merül fel a kérdés, hogy a csomagok többségében jelentős tárolókapacitással rendelkező konzol merevlemezén tárolnak-e a játékkal nem összefüggő adatokat, például filmeket vagy zenéket. A megkérdezettek mindössze 20%-a használja egyéb adatok tárolására a konzol háttértárolóját. Senki sem vásárolt a rövid ideig piacon lévő, kizárólag rendelés útján elérhető külső HD-Dvd meghajtóból az Xbox360 mellé. Utólag kijelenthető, hogy jó döntés volt, mivel a szabvány gyors véget ért a Blu-ray-jel vívott harcban.

Az újgenerációs konzolok képességeiket tekintve teljes mértékben alkalmasak szinte bármilyen otthoni zene- vagy videó lejátszót. Az újgenerációs konzolok tulajdonosai között 43%-ban vannak, akik megelégszenek konzoljuk lejátszó képességével és mellőzik a hagyományos asztali dvd lejátszók használatát. Az Xbox360 tulajdonosok körében ez az arány csak 20%, itt a Playstation térnyerését erősen befolyásolhatja a Blu-ray lejátszási képesség. A válaszadók 28,5% az asztali lejátszót kizárólag írott lemezek lejátszására veszi igénybe, ez a képesség is kiváltható lenne a PC-vel való összekötés segítségével. Ez a módszer azonban összetettebb annál, mintha csak a lemezt kell berakni a készülékbe, ennek tulajdonítható, hogy nem veszik igénybe ilyen

anyagok lejátszásához a konzolt. A válaszok alapján az új technológiára fogékony otthonok 71,5%-ban vagy már most kiváltja vagy feltételezhetően rövid időn belül ki fogja váltani a hagyományos megoldásokat a konzol.

Hagyományos mp3 lejátszására is alkalmas Hi-Fi berendezést a hagyományos konzollal rendelkezők 28,5%-a használ. Ez nem jelenti azt, hogy az otthoni zenehallgatását teljes egészében konzolról bonyolítja, aki nem hagyományos eszközt használ, hiszen a hordozható mp3 lejátszó és a számítógép is alternatívája a tradicionális Hi-Fi-nek. Az alacsony arány azonban arra enged következtetni, hogy a zenehallgatás, mint az otthoni szórakozás egyik válfaja más csatornán keresztül jut el a fogyasztókhoz.

A megkérdezettek 33%-a szerint váltja ki egy ma kapható konzol, jelenlegi képességeivel az egyéb otthon használt lejátszókat. A válasz a felmérés alapján nem köthető korhoz vagy nemhez.

Azok akik szerint nem tekinthető alternatívának egy konzol a hagyományos lejátszókkal szemben 16%-ban a megszokás miatt gondolkodnak így. 19%-uk a gépek nagy méretét látja akadályként. A 30 év alattiak jelentős része az idők alkalmazkodását látja nehéznek egy esetleg új, eltérő rendszerhez. A többiek a konzolok magas zajszintjét valamint az asztali készülékekhez viszonyítva bonyolultabb irányítást kifogásolják.

Az utolsó kérdésre adott válaszok alapján a vásárlók 29%-t befolyásolta a konzol multimédiás képessége a vásárlás előtt. Ebből tisztán látszik, hogy jelenleg az Xbox360 és a Playstation3, mint játékkonzol és nem mint komplex szórakoztatóberendezés kerül megvásárlásra. A gépek valószínűleg hasonlóan jó eladásokat produkálnának a többletfunkciók töredékével is, természetesen csak akkor, ha ez egyszerre lenne igaz a két gépre. Amíg a verseny ilyen erős a piacon a gyors fejlesztésnek köszönhetően sok olyan funkció kerül a gépekbe, melyek kényelmi és kiegészítő feladatokat látnak el a központi játék mellett.

5.2. Végső benyomások a kérdőívről

A válaszokból leginkább a magyar vásárlók árérzékenysége látszik. Részint az alacsony konzol-arány részint az újgenerációs gépek között a Playstation gyengébb szereplése enged erre következtetni. Nem lepett meg, hogy a vásárlók jelentős része módosíttatja gépét. Valószínűleg míg a szoftverek árát nem csökkentik a magyar pénztárcáknak

megfelelő szintre – ez az eddigi tapasztalatok alapján nem valószínű, hogy bekövetkezik – vagy a bérek nem emelkednek jelentősen ebben a hozzáállásban változás nem fog bekövetkezni. Érdekes utána számolni, hogy körülnézve a piacon, illetve az akciókat figyelve egy új cím akár 12.000 forintért is beszerezhető, ez jelenleg – 1.400 forintos jegyárral számolva – nagyjából 8,5 mozifilmet jelent. Ez átlag 2 órással számolva 17 óra szórakozást jelent. Egy jól megválasztott játékkal ennél jelentősen hosszabb ideig tudjuk lefoglalni magunkat. Nyilván a gondolatmenet túl objektív, de a játékosoknak érdemes lenne belegondolni ezekbe az adatokba, mikor drágának találják egy kiadott új programot.

A rendszerek elterjedését nyilvánvalóan befolyásolná, ha nem csak a hozzájuk kapható programok, hanem a rendszer egésze elérhető lenne az adott ország nyelvén. Ebben az esetben már érdemes lenne foglalkozni a vállalatoknak az online szolgáltatások kiterjesztésére Magyarországon is. Úgy tűnik, hogy tét nélkül az emberek érdeklődnek az újdonságok iránt, szívesen használnának egy ilyen innovatív rendszert – legyen szó férfiról vagy nőről -, de valószínű, hogy a tényleges vásárlásig/felhasználásig a válaszolók nagyon kis százaléka jutna el. A konzolok gyártóinak és forgalmazóinak törekedni kellene arra, hogy kommunikálják a tömegek felé, hogy ezek a gépek nem kizárólag játékokra alkalmasak, hanem ennél sokkal többféle szórakoztató felhasználásra adnak lehetőséget. A multimédiás képességek kiemelése egy olyan réteget szólíthatna meg, illetve bizonytalanság esetén a pozitív döntés felé vinni az embereket, amely kizárólag játék céljára nem vásárolna ilyen értékű eszközt. Az online rendszer használatának aránya a konzoltulajdonosok esetében meglehetősen jónak mondható, tehát Magyarországon a hangsúlyt a konzoleladás serkentésére kellene helyeznie a vállalatoknak.

6. Összefoglalás

A dolgozat során a videojáték iparágat, azon belül az újgenerációs asztali konzolokat próbáltam bemutatni. Egy iparági és történeti bemutatás után részletesen a konzolok bemutatásával foglalkoztam. Mivel az írás tárgyát nem a játékok vagy a konzolok játékra való alkalmassága képezte, ezért az ezen túlmutató képességek kerültek részletes leírásra. Kiemelten a Microsoft Xbox360 játékgépéhez továbbfejlesztett online Live rendszerrel foglalkoztam, annak elérhető szolgáltatásait taglalva.

A magyar piac vizsgálatát egy általam összeállított kérdőív segítségével végeztem. A kiértékelés során sikerült képet kapni a hazai piac egy szeletéről. A válaszadók alacsony száma miatt messzemenő következtetések levonását nem tartanám helyénvalónak, de néhány fontos kérdésre ennek ellenére is választ kaptam. Ilyen a konzolok aránya vagy, hogy a tulajdonosok körében mennyire elterjedt az internet használat.

Az áttekintés után elmondható, hogy az Xbox360 második helye a piacon nincsen biztonságban, a komolyabb képességeket rejtő Sony konzoltól folyamatos növekedés várható a továbbiakban is. A Nintendo Wii telitalálatnak látszik, az érdeklődés az idő előrehaladtával sem csökkent számottevően.

Az online disztribúciós rendszerek mindegyike a kor kívánalmainak megfelelő, nagyszerűen illeszkedik az adott konzol arculatához. A vásárlók jelentős része használja őket, tehát piaci létjogosultságuk megkérdőjelezhetetlen.

A jövő kérdései közül fontos, hogy teret hódít-e olyan gyorsan az online vásárlás, hogy az Xbox360 ne érezze meg a Blu-ray meghajtó hiányát. A piacot szintén erősen befolyásolni fogja az online rendszerek agresszív térhódítása, mivel hosszú távon ez a hagyományos kereskedések bezárásához vezethet. Nem biztos a jövőre nézve, hogy a Microsoft folyamatos piacvesztés mellett nem teszi-e ingyenessé teljes egészében az online hozzáférést.

A piacszerzés szempontjából a vállalatok számára hasznos lenne, ha a rendszerek a globális szint mellett regionális szintű szolgáltatásokat is integrálnának. Az elérhető lehetőségek folyamatos bővülése szintén elengedhetetlen az érdeklődés folyamatos fenntartása érdekében. A jövő szempontjából fontos a képességek megfelelő kommunikálása, marketingje. Véleményem szerint jelentősen befolyásolná a vásárlókat,

ha tisztába lennének azzal, hogy manapság egy konzol már nem csak sima játékgép, hanem sokrétű felhasználással bír.

Már a mai képességek és árak alapján is kijelenthető, hogy a Playstation3 árban versenyképes a piacon lévő Blu-ray lejátszókkal, képességeiben azonban jóval túlmutat rajtuk. Ez az idő előrehaladtával valószínűleg a konzolok felé tereli a vásárlókat.

A 2012-re ígért újabb generációváltás előtt, ha a fejlesztések továbbra is megfelelően haladnak, gazdagabbak leszünk a Project Natal vezérlővel, mely egy teljesen ismeretlen utat nyit meg nem csak a játéktervezők, hanem a szórakoztatóipar más területei előtt is. Kérdéses, hogy a Nintendo képes lesz-e még ekkora bravúrra, mint azt a Wii-vel tette. Ami az esetükben biztos, hogy a későbbiekben nem engedhetik meg maguknak, hogy a mostanihoz hasonló szakadék legyen a versenytársak és saját konzoljuk technikai képességei között.

A konzolok néhány éven belül valószínűleg átveszik a vezető szerepet az otthoni szórakoztatásban, kiváltva ezzel a hagyományos lejátszókat, ahhoz hasonlóan, ahogy néhány év alatt az mp3 lejátszók átvették a hagyományos Cd-s és kazettás lejátszók szerepét.

7. Irodalomjegyzék:

- Bangeman, Eric : *Growth of gaming in 2007 far outpaces movies, music*
<http://arstechnica.com/gaming/news/2008/01/growth-of-gaming-in-2007-far-outpaces-movies-music.ars>, 2009. január 29.
- Brightman, James : *GDC 2008 Breaks Attendance Record with Over 18k*
<http://www.gamedaily.com/articles/news/gdc-2008-breaks-attendance-record-with-over-18k>, 2009. január 26.
- Caron, Frank : *Xbox360 bests rivals on games per console metric*
<http://arstechnica.com/gaming/news/2008/11/xbox-360-bests-rivals-on-games-sold-per-console-metric.ars>, 2009. szeptember 13.
- Chikán Attila: *Vállalatgazdaságtan*, AULA kiadó, 2005
- Ferro, Mike : *In-depth exposé reveals Microsoft's Xbox 360 failure rate was 68%*
<http://gamer.blorge.com/2008/09/06/in-depth-expos-reveals-microsofts-xbox-360-failure-rate-was-68/>, 2009. szeptember 3.
- Hatzithomas, Ion : *Home Video Game Console History*
<http://www.gooddealgames.com/articles/Home%20Video%20Game%20History.html>, 2009. január 29.
- Gallagher, Michael: *Leading the Entertainment Industry through a Difficult Economy*, 2009. június 2.
- Gyurkity, Péter : *Indul a PlayStation Home*
http://www.sg.hu/cikkek/64472/indul_a_playstation_home, 2009. január 29.
- Horwitz, Jer – Herman, Leonard – Miller, Skyler : *The history of video games*,
<http://www.gamespot.com/gamespot/features/video/hov>, 2009. január 29.
- King, Danny : *Grand Theft Auto 4 breaks record*
<http://www.videobusiness.com/article/CA6558320.html>, 2009. augusztus 17.
- KSH : *A KSH jelenti, 2009/8 - Összefoglalás*
- McElroy, Justin : *Microsoft to open 'Avatar Store' next year*
<http://www.joystiq.com/2008/10/28/microsoft-to-open-avatar-store-next-year>, 2009. január 29.
- McElroy, Griffin : *Game Informer: Xbox 360 at 54.2 percent failure rate*
<http://www.joystiq.com/2009/08/17/game-informer-xbox-360-at-54-2-percent-failure-rate/>, 2009. augusztus 26.
- Mészáros Tamás: *A stratégia jövője – a jövő stratégiája*, AULA kiadó, 2005
- Microsoft News Press Release : *One Million Xbox LIVE Members Download and Activate Netflix on Xbox360*
<http://www.microsoft.com/presspass/press/2009/feb09/02-05LIVENetflixPR.msp>, 2009. március 3.

- Modine, Austin : *PS2 the most played console of 2008*
http://www.theregister.co.uk/2009/01/05/ps2_most_played_2008_nielson_yearly_roundup/,
 2009. január 29.
- Murph, Darren : *HD Netflix streaming comes to Xbox 360 first*
<http://www.engadgethd.com/2008/10/29/hd-netflix-streaming-comes-to-xbox-360-first/>,
 2009. szeptember 3.
- Nikkei Business Publications, Inc. : *TOKYO GAME SHOW 2004 REPORT*
<http://tgs.cesa.or.jp/2004/english/0927.htm>, 2009. január 28.
- Nikkei Business Publications, Inc. : *Post-event report on the Tokyo Game Show 2008*
<http://expo.nikkeibp.co.jp/tgs/2008/english/exhibition/1017.html>, 2009. január 28.
- Nintendo Co., Ltd. : *Consolidated Financial Highlights, October 29, 2009*
- PBS - *The Video Game Revolution: The History of Games*,
http://www.pbs.org/kcts/videogamerevolution/history/timeline_flash.html, 2009. január 29.
- Riendeau, Danielle : *A Brief History of E3*
http://www.gwn.com/articles/article.php/id/921/p/3/title/A_Brief_History_of_E3.html, 2009.
 január 20.
- Spiegel Online : *Leipziger Messe – Games Convention setzt auf Onlinespiele*
<http://www.spiegel.de/netzwelt/spielzeug/0,1518,604284,00.html>, 2009. február 4.
- Spooner, John G. : *Samsung's big-screen plans for CES*
http://news.cnet.com/Samsungs-big-screen-plans-for-CES/2100-7353_3-5514076.html, 2009.
 január 28.
- SquareTrade : *Game Console Failure Rates: Wii 9 times more reliable than Xbox360, 4 times more than PS3*
<http://www.squaretrade.com/pages/xbox360-ps3-wii-reliability-08-2009/>, 2009. október 3.
- Symphonic Game Music Concerts – *The Concerts*
<http://www.vgmconcerts.com/main.php?section=about&lang=english>, 2009. január 27.
- The Entertainment Software Association – *The Transformation of the Video Game Industry*
<http://www.theesa.com/gamesindailylife/transformation.asp>, 2009. január 29.
- The Entertainment Software Association : *Essential Facts about the computer and video game industry 2008*
- Thorsen, Tor : *\$299 Xbox 360 Elite official, Pro 'phased out'*
http://www.gamespot.com/news/6216343.html?tag=recent_news;title;5 – 2009. szeptember 17.
- Thorsen, Tor : *28 million Xbox 360 sold, 17 million on Xbox Live*
<http://www.gamespot.com/news/6202733.html>, 2009. október 20.
- Thorsen, Tor : *Spot On: ECTS vs EGN—Showdown in London*
<http://www.gamespot.com/news/6106545.html>, 2009. január 30.

- Topolsky, Joshua : *Xbox 360 warranty extended to three years*
<http://www.engadget.com/2007/07/05/xbox-360-warranty-extended-to-three-years/>, 2009. szeptember 11.
- Vogel, Harold L. : *Playing the Game: The Economics of the Computer Game Industry*
<http://www.fathom.com/course/21701761/index.html>, 2009. január 29.
- Wikipedia : *Consumer Electronics Show*
http://en.wikipedia.org/wiki/Consumer_Electronics_Show, 2009. január 28.
- Wikipedia : *Games Convention*
http://en.wikipedia.org/wiki/Games_Convention, 2009. január 28.
- Wikipedia : *Game Developers Conference*
http://en.wikipedia.org/wiki/Game_Developers_Conference, 2009. január 27.
- Wikipedia: *History of E3*
http://en.wikipedia.org/wiki/History_of_E3, 2009. január 27.
- Wikipedia: *Multimédia*
<http://hu.wikipedia.org/wiki/Multim%C3%A9dia>, 2009. szeptember 28.
- Wikipedia : *Tokyo Game Show*
http://en.wikipedia.org/wiki/Tokyo_Game_Show, 2009. január 29.
- Wikipedia: *Video game industry*
http://en.wikipedia.org/wiki/Video_game_industry, 2009. január 29.
- Williams, Brent : *2009 Year on Year Sales and Market Share Update to Oct 24th*
<http://news.vgchartz.com/news.php?id=5709&mp=1>, 2009. október 30.

8. Ábrajegyzék

1. ábra – <http://simh.trailing-edge.com/photos/spacewar.jpg>, 2009. szeptember 3.
2. ábra --
http://www.maniacworld.com/game_console_history/ColecoTelstarArcadeBox.jpg, 2009. szeptember 3.
3. ábra - <http://community.plus.net/wp-content/uploads/2009/03/playstation.jpeg>, 2009. szeptember 3.
4. ábra - <http://www.geekshow.us/wp/wp-content/uploads/image/electronicentertainmentexpo.png>, 2009. szeptember 3.
5. ábra - http://wiifolk.com/images/wii_menu.jpg, 2009. szeptember 3.
6. ábra - http://www.livbit.com/article/wp-content/uploads/2008/11/Xbox360_dashboard1.jpg, 2009. szeptember 3.
7. ábra - <http://www.geek.com/wp-content/uploads/2009/08/Xbox-360-games-on-demand.jpg>, 2009. október 3.
8. ábra - <http://community.plus.net/wp-content/uploads/2008/09/Xbox360avatar.png>, 2009. szeptember 8.
9. ábra - <http://raxdakkar.files.wordpress.com/2009/07/Xbox360-netflix-7314611.jpg>, 2009. szeptember 3.
10. ábra - <http://assets.gearlive.com/playfeed/blogimages/Xbox-zune-tile.jpg>, 2009. október 30.

9. Függelék

9.1. A dolgozatban használt kérdőív

Általános kérdések

1. Kor:
2. Nem:
3. Havi bevétel:

Konzolokkal kapcsolatos általános kérdések

4. Van a tulajdonodban játékkonzol?
5. Ha nem miért? Nem érdekel – drága – PC-n játszom - Egyéb
6. Ha igen milyen? PS2 – Xbox – Gamecube – DS – PSP – PS3 – Xbox360 – Wii
7. Ha újgenerációs, mióta? Megjelenés – 2007-2008 – Az elmúlt egy évben vásároltam
8. Módosított-e a konzolod?
9. Tervezed-e újgenerációs konzol vásárlását?
10. Hány darab játékot vásároltál összesen hozzá?
11. Tudod, hogy az új konzolokkal lehet kapcsolódni az internetre?
12. Te kihasználod az internetes lehetőségeket otthoni konzolod esetén?

Xbox360 Live kérdések:

13. Tudod mi az a Live?
14. Regisztráltad magad rá?
15. Fizetnél-e a regisztrációért, ha ezért plusz szolgáltatásokat is kapsz?
16. Vásároltál fizetős tartalmat a rendszerben?
17. Ha igen mit? Apróságok – xbox játékok – xbox360 játékok – zene – film
18. Játszol a Live rendszeren keresztül? Gyakran – ritkán – soha
19. Ha igen, mit? Avatar játékok – indie játékok – Xbox360 játékok
20. Melyik egyéb internetes funkciót használod a rendszerben? Azonnali üzenetküldés – video chat – hangchat
21. ha megoldható lenne, kölcsönöznél-e filmet a rendszeren keresztül?
22. ha igen maximum mennyiért? átlagos dvd kölcsönzési díj alatt – átlagos kölcsönzési díj körül – átlagos kölcsönzési díj felett
23. Használod-e a Facebook-ot vagy a Twitter-t? Facebook – Twitter – mindkettő
24. Hasznosnak találnád az oldalak integrálását a Live-ba?
25. Érezted-e hátrányát, hogy nincsen hivatalos Live támogatás Magyarországon?

Xbox360 multimédia kérdések:

26. milyen képességekkel rendelkezik az Xbox360? képnézegetés – zenelejátszás – hálózati médiaátvitel – pc kapcsolat – dvd lejátszás – usb összeköttetés – fullHD felbontás
27. mely funkcióit használod?
28. tárolsz-e a játékokkal nem összefüggő adatot a géped merevlemezén? (zene, fotók, filmek)
29. vásároltál-e Hd-dvd meghajtót a géphez?

30. használsz hagyományos dvd lejátszót az Xbox360 mellett? Igen – Nem – Csak írott médiára
31. Használ-e hagyományos mp3 lejátszásra alkalmas Hi-fi berendezést?
32. Kapcsoltad már PC-dhez az Xbox360-t?
33. Kiváltja-e az egyéb lejátszókat a konzol?
34. Ha nem, miért? Idősebbek a háztartásban – mérete – hangja – megszokás – irányítás
35. szerepet játszott-e multimédiás képessége a konzol választásánál?